



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA

JOSILMA OLIVEIRA LOPES

**A ACADEMIA COMO CAMPO SOCIAL: O CASO DA REVISTA
COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO DA ESCOLA SUPERIOR DE
PROPAGANDA E MARKETING**

NATAL-RN

2018

JOSILMA OLIVEIRA LOPES

A ACADEMIA COMO CAMPO SOCIAL: O CASO DA REVISTA *COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO* DA ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Linha de pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes

Co-orientadora: Prof^a. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso

NATAL-RN
2018

CATALOGAÇÃO DA PUBLICAÇÃO

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -
CCHLA

Lopes, Josilma Oliveira.

A academia como campo social: o caso da revista Comunicação,
Mídia e Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing /
Josilma Oliveira Lopes. - 2018.
101f.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do
Norte. Centro de Ciências Humanas Letras e Artes. Programa de
Pós-graduação em Estudos da Mídia. Natal, RN, 2018.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes.

Co-orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria do Socorro Furtado Veloso.

1. Revistas Científicas. 2. Ciências Sociais Aplicadas. 3.
Comunicação. 4. Mídia e Consumo. I. Gomes, Marcelo Bolshaw. II.
Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 655.3.066.13

Josilma Oliveira Lopes

A ACADEMIA COMO CAMPO SOCIAL: O caso da revista *Comunicação, Mídia e Consumo* da Escola Superior de Propaganda e Marketing

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes

Co-orientadora: Prof^a. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso

Aprovada em: 27/09/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes (Orientador)

Prof^a. Dr^a. Maria do Socorro Furtado Veloso (Co-orientadora - UFRN)

Prof^a. Dr^a. Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes (Examinadora Externa - UFPB)

Prof^a. Dr^a. Maria das Graças Pinto Coelho (Examinadora Interna - UFRN)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, à minha família, aos professores e funcionários do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN), aos amigos de sala de aula, e ao sociólogo Pierre Bourdieu, esteja ele onde estiver.

“Eu sou eu e a minha circunstância e se não a salvo, não salvo a mim mesmo”.

(José Ortega y Gasset)

RESUMO

A presente dissertação é resultado da pesquisa A academia como campo social: o caso da revista *Comunicação, Mídia e Consumo* da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), e se insere no contexto das publicações da pesquisa científica nos programas de Pós-Graduação em Comunicação Social. O objetivo principal é analisar a revista no que se refere à classificação e à qualidade enquanto periódico da área da comunicação. A pesquisa, descritiva e exploratória, é um estudo de caso e aponta para uma necessária mudança dos critérios editoriais de publicação científica. A revista em estudo, *Comunicação, Mídia e Consumo* (ISSN 1983-7070), é editada pelo PPGCOM-ESPM desde 2004, sendo publicada exclusivamente no formato digital desde 2014. Tem periodicidade quadrimestral e é avaliada como Qualis/Capes A2 na área de Comunicação e Informação. Para construir o referencial teórico da pesquisa, estudamos diferentes autores, de forma a melhor compreender o campo da comunicação. Destaca-se Bourdieu, que aborda as definições dos conceitos de campo científico, monopólio da autoridade científica e competência científica.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Ciências Sociais Aplicadas; Revistas Científicas; Mídia; Consumo.

ABSTRACT

This dissertation describes the magazine *Comunicação, Mídia e Consumo* of the Superior School of Advertising and Marketing (ESPM) within the context of the publication of scientific research in postgraduate programs in Social Communication. The main objective is to understand the editorial and political criteria, both stated and hidden, that govern the classification and quality of journals in the area. The descriptive and exploratory research is a case study and points to a necessary change in the editorial criteria of scientific publication. The journal under study, *Comunicação, Mídia e Consumo* (ISSN 1983-7070), has been published by PPGCOM-ESPM since 2004 and has been published exclusively in digital format since 2014. It is published quarterly and evaluated as Qualis A2 in the area of Communication and Information. In order to construct the theoretical reference of the research, we study different authors, for the purpose to understand better the field of communication, highlighting Bourdieu, who approaches the concepts of scientific field, monopoly of scientific authority and scientific competence.

KEY WORDS: Communication; Applied Social Sciences; Scientific Journals; Media, Consumption.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Problema.....	3
1.2 Hipótese.....	7
1.3 Objetivos.....	8
1.1.1 Geral.....	8
1.1.2 Específicos.....	8
1.4 Justificativa.....	8
1.5 Metodologia.....	9
2 CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO.....	11
2.1 História e descrição do campo da Comunicação.....	14
2.2 A pós-graduação no Brasil.....	18
2.3 A questão da dependência científico-cultural.....	20
2.4 O problema da incompatibilidade dos títulos.....	24
2.5 O rigor dos mestrados acadêmicos.....	27
3 REVISTAS CIENTÍFICAS.....	29
3.1 Conceitos, tipos, funções e origens.....	29
3.1.1 Conceitos.....	29
3.1.2 Tipologia.....	30
3.1.3 Funções.....	31
3.1.4 Origens.....	32
3.2 As publicações antes e depois da internet.....	34
3.2.1 Revistas científicas – evolução para o meio eletrônico.....	34
3.2.2 Práticas de escrita e leitura.....	39
3.2.3 Revistas científicas do Brasil no âmbito internacional.....	43
3.2.4 As revistas científicas na comunicação da pesquisa.....	44
3.3 As regras do Qualis e a colonização intelectual.....	45
3.3.1 O Programa Qualis.....	45

3.3.2 Índices bibliográficos.....	46
3.3.3 Registro e identificação de revistas/periódicos.....	47
4 A REVISTA <i>COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO</i>.....	47
4.1 História, dados e funcionamento.....	47
4.2 O consumo como área de estudo.....	57
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICES.....	74
Apêndice A (Entrevista 1).....	74
Apêndice B (Entrevista 2).....	76
ANEXOS.....	76
Anexo I (Edição Número 1 da Revista <i>Comunicação, Mídia e Consumo</i>).....	78
Anexo II (Sumário da Edição número 1 da Revista <i>Comunicação, Mídia e Consumo</i>).....	79

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação apresenta a pesquisa “A academia como campo social: o caso da Revista *Comunicação, Mídia e Consumo* da Escola Superior de Propaganda e Marketing”. Está inserida nas práticas sociais que utilizam os conceitos de campo social, habitus, comunicação científica e revistas científicas, tomando como objeto empírico a revista em seus aspectos editoriais, técnicos e políticos no contexto das revistas científicas de comunicação do Brasil.

Para Bourdieu (1983), a luta pela autoridade científica, espécie de capital social, deve o essencial de suas características ao fato de que os produtores tendem a ter apenas como clientes seus próprios concorrentes. E os concorrentes não podem contentar-se em se distinguir de seus predecessores já reconhecidos. Eles são forçados a integrar suas aquisições na construção distinta e particular que os supera. Desse modo, a autoridade científica seria uma espécie particular de capital que pode ser acumulado, transmitido e, em certas condições, reconvertido em outros tipos de capital (BOURDIEU, 1994, p. 130).

De acordo com o autor, as revoluções científicas de fato estariam condicionadas, assim, não a pequenas e contínuas rupturas provocadas por pretendentes que seguem estratégias de sucessão, mas ao fortalecimento de alguns dos novatos que seguem táticas de subversão. Tais revoluções estariam estreitamente ligadas à comunicação dos resultados de pesquisa desses atores, uma vez que a visibilidade alcançada pelos pesquisadores pela publicação de seus trabalhos é considerada uma das maneiras exemplares de acumulação de capital científico (CASTEDO, 2009).

Outro autor que trabalha com conceitos importantes para o entendimento de como funciona o campo científico é Thomas Kuhn (2003). A partir da conceituação de paradigmas como matriz disciplinar, o autor apresenta seus principais componentes: a) generalizações simbólicas – expressões empregadas sem discussão pelos membros do grupo que servem como pontos de apoio para a aplicação de determinadas técnicas; b) os modelos, compromissos coletivos com certas crenças que fornecem ao grupo as analogias ou metáforas preferidas; c) os exemplares, soluções concretas de problemas que os estudantes encontram desde o início de sua educação científica; e d) os valores, mais amplamente partilhados por diferentes comunidades dos que os demais componentes da matriz disciplinar, podendo, em um grau maior que os outros elementos, ser compartilhados por homens que divergem quanto

a sua aplicação.

Dentro do universo das revistas científicas se insere a importância do estudo objetivo das revistas de comunicação científica no Brasil, como são produzidas e classificadas pelo sistema de ranqueamento da Capes. No entanto, a escolha específica da revista *Comunicação, Mídia e Consumo* (CMC), publicada pelo programa de Pós-Graduação da ESPM, se motivou em virtude de seu foco sobre o consumo e por sua rápida ascensão no Qualis/CAPES.

A abordagem metodológica utilizada nesta pesquisa é a Análise Sociológica do Discurso (ASD), que está vinculada à Tradição Espanhola de Pesquisa Social Qualitativa. Enquanto método permite revelar o discurso do consumo, considerando a questão social e os espaços comunicativos concretos que formam e elaboram os discursos dos atores como práticas significantes inseridas na revista da ESPM. A ADS permite trabalhar com dados qualitativos, e associar a dados quantitativos com diferentes perspectivas.

A revista CMC teve sua primeira edição no ano de 2004, com a finalidade de reunir publicações de pesquisadores brasileiros inseridos nos grupos de pesquisa sobre comunicação e consumo, e também para atender às necessidades dos grupos de pesquisa CNPq existentes na própria ESPM.

Dois desses grupos da ESPM são coordenados pelos atuais editores da revista. São eles: Interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo, coordenado pela Professora Dr^a. Denise Cogo; e Comunicação, cultura empreendedora e consumo, coordenado pelo Professor Dr. Vander Casaqui.

Os grupos fazem parte do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM ESPM), que teve início em 2006 com o curso de mestrado acadêmico e, em 2012, o curso de doutorado foi aprovado.

Uma particularidade que valida a escolha da revista é que esse é o primeiro e único PPGCOM brasileiro inteiramente dedicado ao estudo da interface entre comunicação e consumo e das relações a ela articuladas. O programa toma como diferencial a análise crítica sobre a sociedade de massa e do consumo, sobre as culturas midiáticas e as narrativas do capital, inclui o estudo de teorias clássicas e a discussão de abordagens contemporâneas.

A prioridade do programa é a promoção de um ambiente intelectual compromissado com a agenda científica nacional e internacional e com o desenvolvimento da sociedade brasileira.

A própria Escola realiza o Comunicon - Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, uma iniciativa do PPGCOM ESPM que articula a realização do Simpósio Internacional ao Encontro de Grupos de Trabalho em Comunicação e Consumo (GTs). Esse evento foi ampliado em 2016 para o formato de congresso e teve início no ano de 2003, consolidando sua importância no campo com a crescente adesão de pesquisadores ao longo de uma década.

Trata-se de um espaço de debate sobre o campo da Comunicação e consumo em suas múltiplas interfaces. O objetivo do Comunicon é reunir e nuclear aqueles que produzem conhecimento sobre as conexões entre as práticas comunicacionais, estratégias e demandas sociais que mobilizam consumidores e mercados.

O Comunicon consta no calendário de eventos do Intercom. Observa-se, a princípio, a presença de grupos de pesquisa específicos de “comunicação e consumo” no Intercom ligados ao desenvolvimento das regiões do país, à produção da agroindústria e potenciais locais, como é o caso do GP de Comunicação e Desenvolvimento Regional de Pernambuco com trabalhos destacados pelo Intercom Nacional.

Já na Compós, existe o Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação, que abriga reflexões a respeito das práticas de consumo; das narrativas e dos imaginários do consumo; das manifestações de linguagem, retórica, estética e poética do consumo; dos produtos das indústrias culturais; das materialidades e tecnicidades do consumo; das dimensões políticas e contra-hegemônicas do consumo; dos discursos do capital; e ainda as implicações socioculturais, político-econômicas, estéticas, éticas e ideológicas associadas ao binômio comunicação-consumo.

Está também inserido na Compós o Grupo de Trabalho Recepção que pesquisa processos de interpretação, uso e consumos midiáticos, e enfatiza a importância da recepção como instância produtiva, geradora de novos ‘produtos’, de práticas sócio-simbólicas e de formas de saber derivadas das estratégias desenvolvidas pelos atores, em situação de interação com as mídias.

1.2 Problema

É possível pensar a área da Comunicação como um ‘campo social’ no sentido

estabelecido pelo sociólogo (e não apenas como um sistema burocrático – indiretamente gerenciado pela Capes)? Quais são as regras reais que regem esse campo de produção de conhecimento? Como uma revista de nicho, em pouco tempo, conseguiu alcançar a classificação A2 no Qualis? Será que essa classificação corresponde à qualidade editorial da revista ou a fatores políticos, técnicos e financeiros?

Segundo o sociólogo Pierre Bordieu (1983, p. 106), “[...] o campo é sempre um campo de forças, onde os agentes sociais estão dispostos em diferentes posições, cada qual com suas estratégias para tentar dominar o campo ou conseguir seus troféus específicos”.

Não há determinismo econômico, político ou cultural: as tomadas de posições, os movimentos e as ações de cada agente, são probabilísticas. Investigar uma área é priorizar a pesquisa de campo, a coleta de dados. Um campo social é um circuito, formado por regras de ingresso, premiação e exclusão. “E se há uma verdade é que a verdade está em jogo nas lutas [...] e a ciência nada mais pode fazer senão tentar estabelecer a verdade dessas lutas pela verdade” (BOURDIEU, 1998, p. 293-294).

A noção de ‘campo social’ também implica na noção de habitus (a tendência à inércia dos Agentes, garantindo a reprodução das práticas sociais) e da diferenciação dos diferentes tipos de capital (social, cultural, profissional, simbólico) disputados pelos Agentes em busca de reconhecimento e mudanças.

Dessa forma, esta pesquisa pretende ainda problematizar o habitus das práticas dos principais atores do campo da Comunicação (Capes, Compós, Intercom), expressos principalmente por meio das revistas científicas nas quais publicam bem como tentar definir os diferentes tipos de capital que esses grupos disputam.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), fundação do Ministério da Educação (MEC), trabalha o acesso e divulgação da produção científica e promove a cooperação científica internacional.

O sistema de avaliação da Capes serve de instrumento para a comunidade universitária na busca de um padrão de excelência acadêmica para os mestrados e doutorados nacionais. Os resultados da avaliação servem de base para a formulação de políticas para a área de pós-graduação bem como para o dimensionamento das ações de fomento (bolsas de estudo, auxílios, apoios).

A Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)

é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, congregando como associados os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil.

A Compós tem como objetivos principais o fortalecimento e qualificação crescentes da Pós-Graduação em Comunicação no país; a integração e intercâmbio entre os Programas existentes bem como o apoio à implantação de novos Programas; o diálogo com instituições afins nacionais e internacionais; o estímulo à participação da comunidade acadêmica em Comunicação nas políticas do país para a área, defendendo o aperfeiçoamento profissional e o desenvolvimento teórico, cultural, científico e tecnológico no campo da Comunicação.

A Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) é uma instituição que visa desenvolver e estimular as pesquisas na área de Comunicação, proporcionando a troca de conhecimento entre profissionais, professores e alunos por meio de eventos realizados ao longo do ano. A instituição realiza anualmente seis congressos, sendo um nacional e os outros cinco regionais, além de encontros periódicos e simpósios.

O principal evento é o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação que acontece sempre no segundo semestre e recebe cerca de 3.500 pessoas, dentre elas profissionais, estudantes e pesquisadores de todo o Brasil, da América Latina e da Europa.

Já o Qualis é o conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para a estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação. Tal processo foi concebido para atender às necessidades específicas do sistema de avaliação e é baseado nas informações fornecidas por meio do aplicativo Coleta de Dados. Como resultado, disponibiliza uma lista com a classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação para a divulgação da sua produção.

A estratificação da qualidade dessa produção é realizada de forma indireta. Dessa forma, o Qualis afere a qualidade dos artigos e de outros tipos de produção, a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos e anais de eventos.

A classificação de periódicos e eventos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por um processo anual de atualização. Esses veículos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade, sendo o A1 o mais elevado; e A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C com peso zero. O mesmo periódico, ao ser classificado em duas ou mais áreas distintas, pode receber diferentes avaliações. Isso não constitui inconsistência, mas expressa o valor atribuído, em cada área, à pertinência do conteúdo veiculado. Por isso, não se pretende com essa classificação, que é

específica para o processo de avaliação de cada área, definir a qualidade de periódicos de forma absoluta. O aplicativo que permite a classificação e consulta ao Qualis das áreas bem como a divulgação dos critérios utilizados para a classificação de periódicos e anais é o WebQualis.

Tabela 1 – Mapeamento com a classificação Qualis/CAPES em comunicação e informação, das principais revistas científicas de comunicação no Brasil – por ordem alfabética – com base no Quadriênio 2013-2016

ISSN	REVISTA	QUALIS	INSTITUIÇÃO OU GRUPO DE PESQUISA	LINK
1518-8728	ALCEU	B1	Grupo Comunicação, Cultura e Política – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro	http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home
2238-0701	AÇÃO MUDIÁTICA	B3	Instituição responsável: Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal do Paraná	http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/acaomidiatica/index
2175-4977	ANIMUS	B1	Universidade Federal de Santa Maria – RS	http://w3.ufsm.br/animus/index.html
0101-2657	COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE	B1	Universidade Metodista de São Paulo (UMESP – Póscom)	https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO
1984-7122	COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO	A2	Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM – São Paulo/SP	www.revistacmc.espm.br
1678-9822	COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA	B1	Universidade Estadual Paulista (FAAC-UNESP) – Bauru/SP	http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica
2178-2687	CONEXÃO	B1	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao
1809-9386	CONTEMPORANE A	B1	Universidade Federal da Bahia (UFBA) – Bahia	http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom
2238-2577	CONTRACAMPO	B1	Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense	http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista
1983-5930	CULTURAS MUDIÁTICAS	B2	Instituição responsável: Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB)	http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/culturasmidiaticas.php
1679-8503	DEVIRES	B1	Instituição responsável: Cinema e Humanidades Universidade Federal de Minas Gerais	http://www.fafich.ufmg.br/~devires/
1808-2599	E-COMPÓS	A2	Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS	http://www.e-compos.org.br/
1518-2487	EPTIC ONLINE	B1	Rede Eptic – Aracajú/SE	http://www.eptic.com.br
2316-7122	ESFERAS	B2	Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro-Oeste – UCB, UnB, UFG e UFMS	http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/index
1984-6924	ESTUDOS EM JORNALISMO E MÍDIA	B1	Instituição responsável: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – POSJOR/UFSC	http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index
1980-3729	FAMECOS	A2	Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do	http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revista_famecos/index

			Sul	
1518-6113	FRONTEIRAS	B1	Estudos Midiáticos Universidade do Vale do Rio dos Sinos	www.frenteiras.unisinos.br
1982-2553	GALÁXIA	A2	PPG – Comunicação e Semiótica – PUC-SP	http://revistas.pucsp.br/galaxia
1809-5844	INTERCOM	A2	Revista Brasileira de Ciências da Comunicação Instituição responsável: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) – SP	http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc
1526-551X	INTERFACES	B1	UNESP (Laboratório de Educação e Comunicação em Saúde, Departamento de Saúde Pública, Faculdade de Medicina de Botucatu e Instituto de Biociências de Botucatu)	http://interface.org.br/a-revista/
0783-6198	LÍBERO	C	Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero – SP	http://www.facasper.com.br/canalais/index.php/revista-libero,c=105
1981-4070	LUMINA	B1	Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF)	https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina
1982-8160	MATRIZES	A2	Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo – USP	http://www.matrizes.usp.br/
2238-7714	NOVOS OLHARES	B2	Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos Instituição responsável: Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais – ECA/USP	http://www.revistas.univercienca.org/
1984-5057	SIGNOS DO CONSUMO	B2	Instituição responsável: Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3) do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA/USP	http://www.usp.br/signosdoconsumo/

1.3 Hipótese

A revista CMC, conceituada como Qualis A2, pode ser considerada um modelo de produção editorial de periódico científico de comunicação. A revista obedece aos critérios exigidos pelo Qualis/Capes.

O fato de ela ser sediada por um programa de pós-graduação particular de uma escola privada (e não de uma universidade federal ou pública) permite que a CMC contrate profissionais especializados em publicação científica, use artigos de pesquisadores de outros países e atenda a regras de indexação internacional que outras revistas não conseguem atender.

A ESPM centralizar as pesquisas sobre consumo é um fator negativo, pois dessa forma facilita a endogenia – uma revista que privilegia a própria sede e ainda assim funciona como um veículo de nicho.

1.4 Objetivos

1.4.1 Geral

- Identificar e descrever quais os critérios editoriais (declarados e ocultos) de classificação das revistas científicas de comunicação no Brasil.

1.3.2 Específicos

- Mapear o estado da arte das revistas científicas de comunicação no Brasil;
- Descrever o Qualis - sistema de classificação da publicação da produção científica da pós-graduação brasileira;
- Analisar a revista *Comunicação, Mídia e Consumo* da Escola Superior de Propaganda e Marketing, seus processos de produção, disponibilização on-line e classificação.

1.4 Justificativa

O estudo da comunicação da ciência pode ser considerado de grande importância na academia. Os cientistas do século XVII já tratavam do assunto por considerar que a divulgação do trabalho da academia era importante para a formação de novas descobertas. Mais especificamente, os estudos sobre o tema da Ciência da Informação só aconteceram de fato no século XX com a publicação da obra “Little Science, Big Science”, de Solla Price (1963), o que intensificou os estudos sobre a comunicação científica (MEADOWS, 1999).

Voltando para os dias atuais, a comunicação da ciência acontece de forma organizada, planejada, como a própria pesquisa científica. Meadows (1999, p. 7) afirma que a comunicação científica é a própria essência do conhecimento científico, sendo a

comunicação para a ciência “tão vital quanto a própria pesquisa, pois a esta não cabe reivindicar com legitimidade este nome enquanto não houver sítio aceita pelos pares”.

Dentro desse universo se insere a importância do estudo objetivo sobre as revistas de comunicação científica no Brasil – como são produzidas e classificadas pelo sistema de ranqueamento da Capes. A revista *Comunicação, Mídia e Consumo* foi escolhida em virtude de seu foco sobre o consumo e por sua rápida ascensão no Qualis.

O objeto dessa pesquisa se justifica porque para o conhecimento científico ser legítimo deve ser divulgado, verificado e comprovado pelos cientistas. Como a revista CMC obteve essa validação, está apta a ser objeto de estudo científico. Portanto, este estudo poderá contribuir com futuras pesquisas e também com o pesquisador, que poderá adquirir conhecimento sobre as relações de poder, reconhecimento e exclusão no âmbito acadêmico.

De acordo com Targino, o estudo da comunicação científica envolve ampla gama de tópicos sobre questões que se referem aos fatores condicionantes do fluxo da informação e do conhecimento e ao comportamento informacional dos atores e suas interações no cerne das comunidades científicas. Como a própria autora coloca, “a comunicação científica tem como principal função dar continuidade ao conhecimento” (2000, p. 37).

1.5 Metodologia

De acordo com Bonin (2012, p. 4), a metodologia de uma pesquisa científica deve ser fortemente elevada sobre bases teóricas e empíricas que possam lhe garantir sustentação e respaldo acadêmico. Diante disso, a abordagem metodológica a ser utilizada nesta pesquisa será a Análise Sociológica do Discurso (ASD), que está vinculada à Tradição Espanhola de Pesquisa Social Qualitativa. Enquanto método permite revelar o discurso do consumo, considerando a questão social e os espaços comunicativos concretos que formam e elaboram os discursos dos atores como práticas significantes inseridos na revista. A ASD permite trabalhar com dados qualitativos e associar a dados quantitativos, em diferentes perspectivas.

Outrossim, a análise dos estilos discursivos (posições discursivas, configurações narrativas e espaços semânticos) pode ser feita com base na construção do discurso do consumo, compreendendo o discurso como um objeto do qual se ocupa a pesquisa. Para fazer a análise do discurso da revista em questão, é preciso romper com as acepções advindas do senso comum (ALONSO, 2002) e procurar compreender a expressão com respaldos em teorias relacionadas a métodos de análise, explica Fernandes (2008, p.16-17).

Para Phillips e Hardy (2005, p. 2002), enquanto umas metodologias qualitativas procuram entender ou interpretar a realidade social como ela existe; outras, como é o caso da análise do discurso, buscam desvendar a maneira em que ela é produzida, isto é, procuram revelar condições de produção do discurso a partir de universos simbólicos e com o conhecimento apreendido.

Sobre essa abordagem sociológica de investigação, Godoi (2006) analisa que, pelo fato de não focalizar funções iminentes ao texto e atuar num deslocamento do objeto focalizado pela análise do discurso, procuram-se regras de coerência que estruturam o universo dos discursos junto às organizações. Essa análise, também chamada de sócio hermenêutica (ALONSO, 1998), visa encontrar um modelo de representação e compreensão do texto concreto no seu contexto social e da historicidade da sua abordagem, desde a reconstrução dos interesses dos atores envolvidos no discurso.

No campo dos estudos organizacionais, o intercâmbio com as discussões do campo da sociologia pode desmistificar a análise do discurso ao encontrar uma metodologia preocupada não com o estilo internalista textual, ou com sua estrutura subjacente, mas sim com a atuação deste “[...] complexo fenômeno cognitivo e social que chamamos de discurso” (ALONSO, 1998, p. 332).

Do ponto de vista teórico, a abordagem da pesquisa se embasa na teoria dos campos do sociólogo Pierre Bourdieu¹, descrita no primeiro capítulo. A despeito do vasto alcance bourdieusiano, a pesquisa se atém a quatro conceitos de seu pensamento, no que se refere à noção de práticas sociais, relações de poder e os limites e regras de atuação individuais e coletivas. Esses conceitos são as noções de campo, habitus e capital social e capital simbólico.

¹ Pierre Bourdieu foi um dos principais intelectuais do século XX. Professor de sociologia no Colégio de France, diretor da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais e diretor da revista *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, suas contribuições para o pensamento contemporâneo foram inúmeras, sempre com enfoque para questões de educação, cultura, e também para os estudos de comunicação e política.

O estudo consiste em um levantamento dos processos de seleção e classificação das revistas científicas da área de Comunicação pelo Sistema Qualis, principalmente da revista *Comunicação, Mídia e Consumo*. Trata-se, portanto, de um estudo de caso.

Trata-se de uma pesquisa documental que também utilizou da técnica de entrevistas semi-estruturadas (fechadas e abertas). Foi feito um levantamento de dados históricos e documentais sobre a revista CMC e também sobre as revistas de comunicação de maior ênfase para a academia. Foram realizadas entrevistas com os editores da revista em estudo, sobre os diversos pontos dos quais a pesquisa trata, produção editorial, critérios e classificação no Qualis. Por fim, foram feitas entrevistas com editores de revistas científicas de comunicação, com questões sobre os critérios de classificação das revistas, as críticas às formas de avaliação e sugestões, caso sejam negativas.

2 CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO

Pierre Bourdieu (1983) apresenta o campo científico como o lugar onde ocorrem as lutas pelo monopólio da competência científica, compreendida como a capacidade de falar e agir de maneira autorizada e com autoridade. Assim, todas as práticas nesse campo estão voltadas à aquisição de autoridade científica, e o que é percebido como importante e interessante é o que tem chances de ser reconhecido pelos outros pesquisadores. Nesse contexto, é possível afirmar que o principal meio para um pesquisador atingir tal reconhecimento é a publicação de suas descobertas em revistas científicas.

Para Bourdieu, a luta pela autoridade científica, espécie de capital social, deve o essencial de suas características ao fato de que os produtores tendem a só ter como clientes seus próprios concorrentes. E os concorrentes não podem contentar-se em se distinguir de seus predecessores já reconhecidos. Eles são forçados a integrar suas aquisições na construção distinta e particular que os supera. Deste modo, a autoridade científica seria uma espécie particular de capital que pode ser acumulado, transmitido e, em certas condições, reconvertido em outros tipos de capital.

As transformações da estrutura do campo científico, para o autor, seriam produto de estratégias de conservação ou de subversão desses atores, tendo seu princípio de orientação e eficácia nas propriedades da posição que estes ocupam na estrutura do campo. Bourdieu

(1983, p.30) diz ainda que a propensão a investir em uma ou outra carreira científica depende sempre da posição que esta ocupa na estrutura do sistema de carreiras possíveis.

O campo científico seria, assim, o lugar de luta entre agentes desigualmente dotados de capital específico e, logo, “desigualmente capazes de se apropriarem do produto do trabalho científico que o conjunto dos concorrentes produz pela colaboração objetiva ao colocarem em ação o conjunto dos meios de produção científica disponíveis” (Bourdieu, 1983, p. 136).

Nesse campo, como em todos os outros, haveria dominantes, que ocupam as posições mais altas na estrutura de distribuição de capital científico, e os dominados – ou pretendentes –, que possuem um capital científico que varia conforme a importância dos recursos acumulados. Na luta que os opõe, os dominantes e os pretendentes lançam mão de táticas antagônicas em sua lógica e seu princípio.

Os dominantes usufruiriam as estratégias de conservação, a fim de garantir a perpetuação da ordem estabelecida com a qual compactuam. Já os pretendentes poderiam orientar-se para as colocações seguras das estratégias de sucessão, próprias para lhes assegurar, ao término de uma carreira previsível, os lucros prometidos aos que realizam o “ideal oficial da excelência científica” em troca de inovações dentro dos limites permitidos. Ou então os novatos poderiam voltar-se às estratégias de subversão, investimentos, segundo o autor, infinitamente mais custosos e arriscados que só podem assegurar os lucros prometidos aos detentores do monopólio da legitimidade científica em troca de uma redefinição completa dos princípios de legitimação da dominação. Desse segundo caminho aos novatos, descrito por Bourdieu (2004, p.34), poderia surgir uma revolução contra a ciência instituída, que não interessaria aos mais desprovidos, mas sim aos que são, entre os pretendentes, os mais ricos cientificamente.

Segundo o autor, as revoluções científicas de fato estariam condicionadas, assim, não a pequenas e contínuas rupturas provocadas por pretendentes que seguem estratégias de sucessão, mas ao fortalecimento de alguns dos novatos que seguem táticas de subversão. Tais revoluções estariam estreitamente ligadas à comunicação dos resultados de pesquisa desses atores, uma vez que a visibilidade alcançada pelos pesquisadores a partir da publicação de seus trabalhos é considerada uma das maneiras exemplares de acumulação de capital científico (CASTEDO, 2009). A partir da conceituação de paradigmas, Kuhn (2003) apresenta os principais componentes da matriz disciplinar: a) generalizações simbólicas – expressões empregadas sem discussão pelos membros do grupo que servem como pontos de

apoio para a aplicação de determinadas técnicas; b) os modelos, compromissos coletivos com certas crenças que fornecem ao grupo as analogias ou metáforas preferidas; c) os exemplares, soluções concretas de problemas que os estudantes encontram desde o início de sua educação científica; e d) os valores, mais amplamente partilhados por diferentes comunidades dos que os demais componentes da matriz disciplinar, podendo, em um grau maior que os outros elementos, serem compartilhados por homens que divergem quanto a sua aplicação.

Este último componente de uma matriz disciplinar, os valores da comunidade científica, mostrou-se especialmente importante para o entendimento de porque determinadas práticas de comunicação formal entre pesquisadores se estendem por longos períodos até que novas práticas emergem (BLANCO, 2007, p. 16).

Sendo um modelo científico, ao longo de sua existência, um paradigma pode enfrentar descobertas que não encontrarão espaço entre os princípios científicos existentes, afirma Pedro Luiz Côrtes (2006). Tais descobertas e irregularidades iriam se acumulando levando a comunidade científica a uma crise, em que algumas leis e conhecimentos vigentes seriam questionados e até mesmo abandonados.

Nas Ciências Sociais Aplicadas, em especial, área de estudos em que a Comunicação se insere, o próprio objeto é dinâmico e mutável, afirma Maria Immacollata Vassalo de Lopes: "[...] os problemas estudados são fenômenos históricos, instituições, relações de poder, classes sociais, manifestações culturais etc. E o que muda não é somente o dado ou o objeto, mas as próprias 'verdades' e 'comprovações' produzidas por essas ciências (1999, p. 31).

Relacionando o desenvolvimento da comunicação científica ao do conhecimento, Côrtes (2006) cita o trabalho de Thomas Kuhn ao situar o papel de livros e artigos científicos na evolução de um paradigma. Enquanto livros seriam mais utilizados pelos cientistas para a construção de campos de estudo, os artigos científicos teriam o papel de discutir aspectos mais específicos e a resolução de problemas relacionados ao paradigma em questão.

As revistas científicas, ou periódicos científicos, mantêm-se como o principal meio de publicação desse tipo de artigo, sendo um espaço de discussão entre pesquisadores com grande aprofundamento em áreas de estudo específicas. Por essa razão, diferentemente de outros gêneros editoriais, guarda um processo rígido de avaliação do que deve ou não ser publicado. Desde a escolha minuciosa dos conselhos editoriais, constituídos de especialistas reconhecidos que são os responsáveis científicos pelas publicações, a credibilidade dos periódicos começa a ser construída.

Dentre as características particulares desse tipo de publicação estão: a avaliação prévia pelos editores dos originais submetidos às revistas, o uso dos membros do conselho editorial científico e/ou de consultores ad hoc para avaliar os originais, o anonimato do avaliador, entre outras (STUMPF, 2005).

“É importante ressaltar que, se por um lado a ênfase no processo de avaliação de originais diferencia o periódico científico de qualquer outro tipo de periódico; por outro, torna o tempo de edição das publicações extremamente lento” (BIOJONE, 2003, p.37).

Assim, percebe-se que: “a validade de um novo conhecimento científico está atrelada à sua submissão à comunidade científica, cujos participantes (pares) julgam as contribuições apresentadas, criando uma condição consensual que atesta a sua confiabilidade” (ADAMI; MARCHIORI, 2005, p. 73).

Em um campo no qual leitores são também autores no processo de comunicação, a credibilidade conquistada por esses periódicos influencia a escolha de que revista ler, citar, e passa a ser fator determinante na definição de critérios de seleção de um título para envio de trabalhos com o intuito de publicá-los. Deste modo, com base nos autores citados, percebe-se que a luta por acumulação de capital científico está profundamente ligada à publicação de resultados de pesquisa. Publicar em revistas científicas significaria, dessa forma, ser produtivo academicamente.

Além disso, os valores compartilhados pelos pesquisadores dominantes regem a definição do que é válido ou não cientificamente também no que tange à produção editorial. A comunicação da ciência por meio de periódicos científicos reflete tais valores, uma vez que passa pelo crivo desses agentes altamente especializados em suas áreas de conhecimento.

2.1 História e descrição do campo da Comunicação

De acordo com nosso teórico, o termo “campo” designa arena, espaço de batalha, terreno que propicia discussão, entre outros. Numa perspectiva social, campo designa “objeto de luta tanto em sua representação quanto em sua realidade” (BOURDIEU, 2004, p. 29). Portanto, o campo científico “é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (Ibid., 2004, p. 22). Os debates sobre comunicação nunca estiveram tão presentes na vida da sociedade como na época atual. A interface com outras

áreas de conhecimentos gera uma gama infinita de abordagens, uma vez que o processo comunicativo faz parte do desenvolvimento da sociedade e dos próprios seres humanos, principalmente em uma era em que a informação se tornou uma commodity, ou seja, uma mercadoria que tem valor por si só no mercado, funcionando desde uma estratégia do mundo de negócios até uma ferramenta de interpretação de áreas específicas que abordam a interação dos grupos sociais, comportamentos, cultura, consumo e outras variáveis importantes da sociedade.

Pensar a Comunicação como um campo de saber exige a consideração de alguns aspectos, segundo Barbosa (2012). Primeiro, “a trajetória histórica da constituição do próprio campo e as lutas e embates claros ou não travados ao longo deste percurso”. A autora considera a comunicação como uma relação de natureza social, em comunhão natural com o lugar onde ela se dá, com a história daquela sociedade, com os mecanismos de constituição das visões de mundo daquele espaço social, com os modelos mais interiores de percepção de um mundo igualmente social ou de uma sociabilidade mais abrangente que visualiza um processo complexo. Essa relação perpassa vários saberes.

Em “Teorias da comunicação: processos, desafios e limites”, os organizadores Luís Mauro Sá Martino e Angela Cristina Salgueiro Marques tratam especificamente das nuances específicas do campo da comunicação, e compreendem que o campo epistemológico da comunicação esbarra em diversas variáveis do processo de interação social e mediação da sociedade. Essas variáveis, por sua vez, não são percebidas de forma plena e acabam se fragmentando em questões e objetos específicos dos mais diversos campos de conhecimento. Por isso, discute-se até que ponto é necessário delimitar o território da questão comunicacional ou enfatizar como se dá sua articulação com outros saberes, na tentativa de consolidar esses estudos como ciências da Comunicação.

A comunicação diz respeito a um ato comunicativo, a uma linguagem, a uma construção, a um sujeito e a uma história, com todas as implicações – culturais e políticas – que estas correlações produzem. Uma linguagem que não é suporte de mera representação do mundo, mas de compreensão de um mundo real e repleto de sujeitos, que pensam, agem, têm sentimentos e relacionam-se entre si. Nesse sentido, não se pode negar que a Comunicação é um saber que se vale de outros objetos, outros métodos, novas abordagens e, sobretudo, novos olhares, para construção de um campo em permanente processo de mutabilidade. A mutação extraordinária das práticas e processos comunicacionais coloca para os pesquisadores o desafio da permanente adequação deste campo ao em torno social (BARBOSA, p. 2, 2012).

As teorias de comunicação, durante longo período, trataram a comunicação como

transmissão de informação de maneira linear de um polo a outro. Reproduziram, com relação à comunicação humana, as análises similares aos veículos em movimento, ao transporte e transmissão de dados, via instrumentos técnicos, por exemplo, a transmissão de voz via telefone ou a de sinais via fax.

A teoria matemática da informação (Wolf, 1992; Mattelart, 1997), a cibernética (Wolf, 1992; Mattelart, 1997), a hipótese da agulha hipodérmica (Wolf, 1992; DeFleur, BallRokeach, 1997), a hipótese dos usos e gratificações (Wolf, 1992; DeFleur, BallRokeach, 1997) e mesmo a maneira unidirecional como a comunicação é tratada pela Escola de Frankfurt (Bronner, 1997; Mattelart, 1997) afirmam como base analítica o pressuposto de que a comunicação é a emissão de uma mensagem por um emissor, transmitida por meio de um canal até um receptor, que a recebe, a entende e age a partir dela (FIGARO, 2013, p.1).

Raymond Williams, no livro “Palavras-chave”, um glossário sobre cultura e sociedade (2007), define “comunicação” tomando o conceito no contexto do tempo histórico. Ele assinala o uso moderno (século XV) da palavra na língua inglesa no sentido de tornar comum, partilhar: a ação de tornar comum um objeto. Ele registra a ampliação do uso do termo, no século XVII, para meios de comunicação, linhas de transmissão, referência vinculada à transformação das sociedades em sociedades industriais. No século XX, esse uso será estendido para significar *mídia*. Williams (2007, p. ?) salienta as controvérsias entre os sistemas de comunicação e as teorias de comunicação, confrontados entre a ação de transmitir e a ação de compartilhar.

Nelson Toledo Ferreira, em Trabalho apresentado no GT Pesquisa na Graduação do Encontro Mineiro de Professores de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, explica que comunicar não é um fenômeno novo, trata-se de um mecanismo que sempre foi essencial para que os homens interajam e se desenvolvam. No entanto, o processo cada vez mais acelerado da transmissão de informações na sociedade contemporânea constrói um cenário em que a midiatização dos processos sociais se torna ponto central de análise e reflexão sobre o conhecimento científico, exigindo cada vez mais pesquisas nessa área, na tentativa de entender a complexidade do mundo atual.

José Luiz Braga discorre sobre o campo não traçado da comunicação (2007), afirmando que na sociedade contemporânea os processos midiatizados se fazem presentes em todos os relacionamentos humanos e sociais por uma “penetrabilidade” processual que faz do midiático um processo interacional crescentemente de referência, mesmo nas comunicações interpessoais. Com efeito, Braga destaca que os campos de estudos e pesquisas em

Comunicação atuais transitam entre as perspectivas interacionais e esta presença midiática. Mesmo assim, essas duas preferências de objeto não definem claramente a questão do foco disciplinar.

Ao contrário, são duas noções que reabrem toda a perspectiva de reflexão – atravessando amplamente as ações humanas e os âmbitos de conhecimento sobre elas. Nenhum “objeto”, empírico ou conceitual, especificado ou abrangente, parece ser suficiente para demarcar uma área de conhecimento consistente, com boa articulação interna e identidade produtiva, resta sempre estabelecer questões próprias” e articular de algum modo tais questões (BRAGA, 2007, p. 8).

Venício de Lima (2001) aborda o campo de estudo da Comunicação como um universo teórico desarticulado e conflituoso, resultado de diversos fatores como os avanços tecnológicos que conduzem a uma “nova mídia”, interativa, que não mais massifica produtos a um público padronizado; a institucionalização dos cursos de graduação no Brasil, pautada no modelo norte-americano; o desenvolvimento do trabalho de pesquisadores que se interessam por áreas distintas daquela em que são habilitados profissionalmente.

Em sua opinião, ao mesmo tempo em que se abrem novas perspectivas de pesquisas, há uma dispersão teórica do campo como saber científico. Contrapondo essa posição, o pesquisador Jairo Ferreira (2007) considera inócuo delimitar um campo multidisciplinar como o da Comunicação, defendendo que é convivência mútua entre essas teorias e dos desafios que elas propõem entre si que o campo avança e se desenvolve. Neste emaranhado de tendências é que se constrói a própria disciplina.

Ferreira (2012) destaca que a Comunicação se firma como uma das principais ciências, despertando interesse da comunidade científica e o ingresso de novos pesquisadores no setor, e busca refletir sobre a lógica da sociedade moderna. Os grupos de estudo dos programas de pós-graduação em Comunicação revelam nos seus encontros regionais e nacionais uma variedade de temáticas, mostrando que se trata de um saber científico que se consolida. As diversas interfaces com outras áreas criam um mosaico de saberes, mas também perspectivas de estruturar pontos específicos da comunicação, revelando um campo dinâmico em constante transformação.

Lúcia Santaella (2002) comenta que um pesquisador nunca deixa de ser pesquisador pelo processo dinâmico do estudo que sempre gera novas abordagens. Neste acúmulo de saberes é que a comunicação vai construindo um campo de saber específico, movimentando toda uma rede de pesquisadores em todo o país e no mundo.

2.2 A pós-graduação no Brasil

Cássio Miranda dos Santos (2003), em seu artigo sobre as contradições da pós-graduação no Brasil, diz que o professor Darcy Ribeiro, no final da década de 1970, manifestou sua avaliação positiva com relação à política de implantação e desenvolvimento dos cursos de pós-graduação no Brasil. Tal processo deve, contudo, ser analisado em suas diversas facetas. A faceta da possibilidade de desenvolvimento científico e tecnológico (provavelmente a observada por Darcy Ribeiro), a faceta da possibilidade de continuidade da carreira acadêmica e a faceta da abertura de uma nova possibilidade de capacitação profissional (docente ou não).

A faceta da dependência de modelos externos, contudo, própria do contexto de sua implantação, deve ser também considerada, uma vez que trouxe implicações na estrutura dos currículos, programas, nas formas de avaliação e em diversas outras áreas dos cursos de pós-graduação, cuja análise se torna necessária para uma eventual correção de rota (SANTOS, 2003, p. 1).

Os primeiros passos da pós-graduação no Brasil foram dados no início da década de 1930, na proposta do Estatuto das Universidades Brasileiras, em que Francisco Campos propunha a implantação de uma pós-graduação nos moldes europeus. Tal modelo foi implementado tanto no curso de Direito da Universidade do Rio de Janeiro quanto na Faculdade Nacional de Filosofia e na Universidade de São Paulo.

Na década de 1940, o termo “pós-graduação” foi utilizado formalmente pela primeira vez no Artigo 71 do Estatuto da Universidade do Brasil. Na década de 1950 começaram a ser firmados acordos entre os Estados Unidos e o Brasil que implicavam uma série de convênios e intercâmbios de estudantes, pesquisadores e professores entre escolas e universidades norte-americanas e brasileiras.

O grande impulso para os cursos de pós-graduação do Brasil só se deu na década de 1960. Já no início da década houve uma iniciativa importante na Universidade do Brasil na área de Ciências Físicas e Biológicas (seguindo o modelo das *graduate schools* norte-americanas), resultado de um convênio com a Fundação Ford, e outra na mesma universidade, na área de Engenharia, com a criação da Comissão Coordenadora dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia (COPPE).

É também do começo dessa década a implantação do mestrado em Matemática da

Universidade de Brasília, o doutorado do Instituto de Matemática Pura e Aplicada, o mestrado e doutorado na Escola Superior de Agricultura de Viçosa, na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, assim como os cursos de pós-graduação no ITA e na UnB.

As duas tendências mais fortes que marcaram a pós-graduação brasileira foram a europeia (principalmente na USP) e a norte-americana (ITA, Universidade Federal de Viçosa e Universidade Federal do Rio de Janeiro), sendo esta última responsável pelas principais marcas.

A modernização do Brasil nos anos de 1960 se deu no contexto de integração entre países periféricos e países centrais. Essa integração implicava a expansão de mercados consumidores nos países periféricos e o fomento dos centros produtores de Ciência & Tecnologia (países centrais). O objetivo das nações mais desenvolvidas era o aumento de mercados consumidores e o desestímulo à concorrência científica ou tecnológica.

Foi nesse contexto de dependência em relação às nações centrais que se deu a instalação da pós-graduação no Brasil. Uma sociedade dependente vincula-se à outra, supostamente mais organizada e desenvolvida, para estabelecer uma relação de “parceria subordinada”.

Tal dependência, contudo, é extremamente nociva, sobretudo na área da pesquisa, uma vez que a compra de know-how estrangeiro se torna um mau negócio por desestimular as iniciativas de desenvolvimento tecnológico do país importador, limitando a formação de cientistas e pesquisadores. Nesse contexto, o valor do cientista depende do impacto internacional que seu trabalho tem e da consonância do tema de sua pesquisa com os interesses dos países desenvolvidos. A interferência da United States Agency for International Development (USAID) nos rumos da educação brasileira na década de 1960 deve ser entendida sob esta ótica (ROMANELLI, 1993, p. 196; WEREBE, 1994, p. 173).

A importação de teóricos e de teorias, essa “ciência de reprodução”, só foi implantada devido à visão de modernização da intelectualidade orgânica da elite, que consistia em tentar reproduzir no Brasil marcas dos países “adiantados”, principalmente os EUA, no intuito de tornar o país subdesenvolvido mais parecido com o país desenvolvido. Segundo Cunha (1983, p. 255), “a modernização da universidade objetiva nessa perspectiva (re)produzir aqui a ciência ‘internacional’, a ser ensinada segundo padrões de idêntica categoria, sem veleidades autonomistas”.

Em 1965, com o Parecer 977 do Conselho Federal de Educação, dá-se a implantação

formal dos cursos de pós-graduação no Brasil. Segundo Newton Sucupira, o modelo de pós-graduação a ser implantado era adequado à nova concepção de universidade, oriundo dos países mais desenvolvidos.

O Parecer 977 estabelecia a pós-graduação conforme o modelo norte-americano. A pós-graduação *stricto sensu* dar-se-ia em dois níveis independentes e sem relação de pré-requisitos entre o primeiro e o segundo (mestrado e doutorado). A primeira parte dos cursos seria destinada a aulas e a segunda à confecção do trabalho científico de conclusão (dissertação ou tese). Os currículos seriam compostos conforme o modelo norte-americano, que compreendia o *major* (área de concentração) e o *minor* (matérias conexas).

Um breve olhar sobre a história da implantação da pós-graduação no Brasil revela, portanto, suas tradições e indica uma série de contradições. Dentre estas podem ser destacadas a questão da dependência científica-cultural, o problema da incompatibilidade dos títulos e a questão do rigor dos mestrados acadêmicos.

2.3 A questão da dependência científico-cultural

Um primeiro aspecto importante identificado no estudo da história da pós-graduação no Brasil refere-se à forte influência norte-americana na implantação dos primeiros cursos, influência essa que se deu principalmente na sua estrutura, ficando os critérios de avaliação mais próximos dos modelos europeus não anglo-saxões.

No início da década de 1980, o professor Ernst Hamburger fez uma crítica à estrutura da pós-graduação brasileira, propondo que os cursos no Brasil desenvolvessem “linhas de pesquisa de maior interesse para o país, libertando-se, na medida do possível, dos modismos e preconceitos internacionais” (HAMBURGUER, 1980, p. 90) e definissem “programas e currículos partindo da realidade e das aspirações brasileiras e não somente da tradição em outros países” (Ibid., p. 90). Tal ênfase, porém, quando adotada, acabou por gerar problemas em termos de repercussão internacional dos cursos, uma vez que dificultou a publicação de trabalhos no exterior, por serem os temas tão próprios e por vezes específicos da realidade brasileira, o que já não é tão comum nos trabalhos de Ciências Biológicas e Exatas.

Ao criticar o critério da avaliação das publicações dos programas de pós-graduação brasileiros, Zancan (1997) afirmou que nas áreas de ciências humanas houve uma

preocupação de todos os comitês com os veículos de divulgação da produção docente, notadamente ainda de nível mais local do que nacional e/ou internacional. Na realidade, o sistema de avaliação implantado não permite aquilatar a expressão da subárea do conhecimento no contexto mundial, já que não há indicadores universais que sirvam de referência para todas as áreas de conhecimento.

A internacionalização das publicações é um padrão totalmente adequado aos trabalhos nas áreas de Ciências Exatas e Biológicas, cujos temas não estão, necessariamente, circunscritos a um espaço geográfico, cultural e histórico. A publicação em periódicos internacionais de trabalhos na área de Ciências Humanas é algo muito mais difícil e improvável. Como tornar viável a publicação internacional de um trabalho sobre os índios caiapós ou sobre o movimento dos sem-terra no Pontal do Paranapanema? Há, efetivamente, interesse das editoras estrangeiras por esses temas?

As normas das revistas internacionais foram estabelecidas nos países desenvolvidos e traduzem as necessidades desses países, e somente destes. Os trabalhos realizados no Brasil seguindo essas normas estarão mais ligados às sociedades desenvolvidas do que à sua própria comunidade (HAMBURGUER, 1980, p. 86).

A dependência cultural faz com que as atividades científicas desenvolvidas no país estejam impregnadas por mecanismos e propósitos que condicionam o comportamento de seus pesquisadores. Um desses mecanismos é a atribuição de prestígio acadêmico aos cientistas em função da quantidade de artigos de sua autoria publicados em revistas de renome internacional, constituindo esse mecanismo na melhor medida de qualidade do que o país dispõe. Portanto, tais artigos, por estarem ligados a equipes editoriais em atividade nos países desenvolvidos, devem refletir problemas de interesses desses países, para que sejam publicados (NUNES, 1978, p. 38).

Mammanna também critica a excessiva preocupação com a produção científica voltada ao mercado externo. Tal política é prejudicial, pois “em vez de avaliar o grau de utilidade do cientista para o país, mede, de certa maneira, o grau de ressonância em que esse cientista está com os problemas da moda, e, portanto, o quanto ele é útil para os países desenvolvidos” (MAMMANA, 1976, p. 6).

“Muitas vezes, o próprio currículo dos cursos de pós-graduação revela a relação de dependência ao tentar reproduzir conhecimentos importados e defasados da realidade do país dependente, muitas das vezes não considerando problemas que já foram solucionados nos

países desenvolvidos, e que já fazem parte do domínio industrial, e portanto de seu patrimônio econômico, mas cujo conhecimento é crucial para os países dependentes ou periféricos” (NUNES, 1978, p. 39).

Uma severa crítica que é feita ao modelo brasileiro de pós-graduação seria, pois, essa sua dependência cultural. Segundo Ernst Hamburger, “a regulamentação da pós-graduação no Brasil foi copiada até nos mínimos detalhes da norte-americana” (1980, p. 84). Góes, por sua vez, fez grandes elogios à decisão de se adotar o modelo norte-americano de pós-graduação no Brasil, afirmando que este era “sem dúvida, no mundo desenvolvido, o que alcançou os mais elevados padrões e deu os melhores frutos em termos quantitativos e qualitativos” (GÓES, 1972, p. 226).

O próprio relator do Parecer 977/65, Newton Sucupira, admitiu tal opção; um dos capítulos chega a ter o sugestivo título: “Um exemplo de pós-graduação: a norte-americana”. Ao longo do referido capítulo, e por todo o Parecer, o relator argumenta em favor da implantação do modelo norte-americano de pós-graduação no Brasil. São abundantes os termos em língua inglesa como: *master, doctor, college, graduate school, undergraduate, qualifying, scholarship, major, accreditation*.

Fazendo a ressalva de que o modelo norte-americano devia servir de orientação e não de matriz para uma eventual cópia, Newton Sucupira afirmou que “sendo, ainda, incipiente a nossa experiência em matéria de pós-graduação, teremos de recorrer inevitavelmente a modelos estrangeiros para criar nosso próprio sistema” (ABREU & JUNIOR, 2016, p.91). A preferência pela sistemática norte-americana justificava-se, segundo o relator, pelo êxito de sua longa existência e pela influência sobre a pós-graduação de outros países:

“Vale assinalar que na Inglaterra, recentemente, o já famoso Robbins Report, que estudou as condições de expansão e aperfeiçoamento do ensino superior britânico, não hesitou em recomendar às universidades britânicas o uso de certas técnicas e processos da pós-graduação norte-americana” (BRASIL, Parecer 977/65).

Outro fator que contribuiu para a opção pelo modelo norte-americano foi a tradição dos Estados Unidos em cursos de pós-graduação. Um aspecto interessante nessa importação de modelo se refere à própria terminologia. Nos Estados Unidos, o ensino de graduação recebe o tratamento de *undergraduate*, ao passo que a pós-graduação é conhecida como *graduate*. É de se avaliar se tais denominações não revelam também a natureza e os propósitos dos cursos, cabendo à pós-graduação norte-americana o papel de formação que no

Brasil é devido aos cursos de graduação.

Em meados do século XIX havia cursos em algumas universidades norte-americanas e no ano de 1876 foi implantado definitivamente um programa de pós-graduação na Universidade John Hopkins.

Diversos autores têm criticado a importação de modelos de ensino, principalmente relativos à pós-graduação. No mesmo artigo em que elogiava a adoção do modelo norte-americano de pós-graduação, Góes (1972, p. 226) ressaltou, contudo, que “é difícil precisar em que medida a organização e os procedimentos administrativos norte-americanos podem ser adotados integralmente em nosso meio, dadas as diferenças existentes entre a nossa estrutura universitária e a daquele país”.

A tomada da pós-graduação norte-americana como padrão seria interessante se fosse encarada como um processo de fertilização, adaptado às condições e ao contexto nacionais. A transplantação de um modelo, ao contrário, revela mimetismo. “Nesse campo, ainda menos que em outros, a imitação acrítica e a incorporação de modelos estrangeiros podem ter consequências inesperadas e funestas se não levarmos, adequadamente, em conta as tradições universitárias nacionais” (GRACIAREMA, 1972, p. 271).

Uma evidência da norte-americanização da pós-graduação brasileira estava no privilégio dado, segundo Sarmiento (1986, p. 39), para a “cátedra e a formação intelectual das elites, garantindo a preservação da estrutura de classe. A estrutura da universidade americana, controlada pela comunidade, valorizando a utilidade prática do conhecimento”.

Embora formalmente a cátedra tenha sido substituída pelo departamento na reformulação do sistema universitário brasileiro, aquela continuou existindo de fato. A constatação do valor dado à utilidade prática do conhecimento revela o paradoxo do padrão da pós-graduação de origem com o academicismo dos mestrados brasileiros, diferença essa que tende a ser minimizada com o advento do mestrado profissional.

Não obstante a clara opção pelo modelo norte-americano de pós-graduação, percebe-se na estrutura dos mestrados brasileiros uma série de problemas devidos à adoção de aspectos e particularidades de modelos de outros países. Pode-se afirmar que a pós-graduação brasileira é híbrida, e por isso tem algumas disfunções. Segundo Graciarema (1972, p. 269), “é fácil notar superposições e incongruências derivadas da presença simultânea e não integrada dessas duas diferentes tradições”.

Foram adotadas a estrutura dos cursos norte-americanos e a forma de avaliação dos

européus, a alta exigência dos mestrados europeus (não anglo-saxões) e o baixo prestígio dos mestrados norte-americanos.

2.4 O problema da incompatibilidade dos títulos

Os termos referentes à pós-graduação empregados no Brasil não encontram, necessariamente, correlatos em outros países. Na tradição espanhola, após o bacharelado vem a licenciatura; já no Brasil, a licenciatura é um curso no nível de graduação, não de pós-graduação.

Na tradição anglo-saxônica, após o *bachelor* segue-se o *master*; nesse sistema o *bachelor* “é um tipo de estudo que, se fosse terminal, seria um pouco mais que decorativo [...] Uma das funções mais importantes do mestrado anglo-saxão foi a de especializar e aprofundar a formação dispersa e multidisciplinar do bachelor” (Ibid., p. 268). Por outro lado, na França o título de *docteur de spécialité* equivale ao título de mestre no Brasil.

Já nos Estados Unidos, o *master* como grau final não é muito valorizado, conta “apenas como um começo de carreira, e é um grau de obtenção relativamente fácil, com um nível de exigências consideravelmente mais baixo que o doutorado” (Ibid., p. 271).

A incompatibilidade entre títulos de pós-graduação expedidos pelas universidades brasileiras e estrangeiras é tamanha que a USP não aceita como equivalentes a mestrado e doutorado (para fins de revalidação) diversos títulos obtidos na França, tais como: *licence*, *maîtrise*, *Diplôme d’Études Approfondies* (DEA) e *Diplôme d’Études Supérieures Spécialisées* (DESS). É importante ressaltar que os títulos de *doctorat de 3ème cycle*, *docteur ingénieur* e *doctorat d’université* seriam aceitos na categoria de mestrado. Pode-se afirmar que os títulos de *doctorat* e *docteur* não aceitos pela USP sejam obtidos em programas sem a devida qualidade ou em estruturas curriculares e exigências.

A citação de Santos (2003, p.4) faz uma referência ao nivelamento: “Ph.D. – Doutor”, que no Brasil encontra muita resistência, sobretudo nos meios não acadêmicos, nos quais o título de doutor em filosofia (Ph.D. – Philosophy Doctor) goza de um prestígio social muito superior ao de doutor em outra área de conhecimento.

O título de Ph.D. tem sua origem na Faculdade de Filosofia do modelo universitário alemão, pelo qual a antiga Faculdade de Artes se tornou Faculdade de Filosofia (que em parte

serviu de “inspiração” para a criação da USP em 1934 e, posteriormente, das Faculdades de Filosofia, Ciências e Letras que proliferaram no Brasil na década de 1960, sem que tivessem, em sua maioria, um curso de Filosofia propriamente dito).

Na Alemanha, então, o concludente de um doutorado em qualquer área das Ciências ou das Letras passou a fazer jus ao título de doutor em filosofia; os doutorados em Ciências Naturais ou Exatas, ao título de *doctor rerum naturalium* e em Ciências Sociais e Econômicas, *doctor rerum politicarum* (BRASIL, Parecer 977/65).

Em 1965, quando da instituição da pós-graduação brasileira, os títulos franceses equivalentes ao Ph.D. norte-americano e alemão seriam os de *docteur ès sciences* e *docteur ès lettres*, que corresponderiam aos doutorados ligados aos cursos da área de Ciências Humanas (Brasil, Parecer 977/65). Eco confirma a equiparação desses títulos:

Via de regra, porém, a tese propriamente dita é reservada a uma espécie de supraformatura, o doutorado, procurado só por aqueles que desejam aperfeiçoar-se e especializar-se como pesquisadores científicos. Esse tipo de doutorado possui vários nomes, mas doravante vamos referir-nos a ele com uma sigla anglo-saxônica de uso quase internacional, Ph.D. (que significa Philosophy Doctor, doutor em filosofia, embora designe qualquer espécie de doutor em Ciências Humanas, do sociólogo ao professor de grego; nas matérias não-humanistas usam-se outras siglas, como por exemplo *medicine doctor*) (ECO, 1983, p. 2).

A valorização do Ph.D. tem, contudo, respaldo no próprio Parecer 977/65. Segundo Newton Sucupira, valendo-se novamente do modelo norte-americano, o doutorado em Filosofia (Ph.D.) distingue-se dos demais por se tratar de um “doutorado de pesquisa”, ao passo que os doutorados em Ciências Médicas, Engenharia, Educação e outros seriam “doutorados profissionais”. No Parecer, Sucupira admitia a possibilidade da adoção do título Ph.D. para os doutores de pesquisa brasileiros, porém desaconselhava tal medida por considerar que tal título não teria a devida ressonância em nosso ambiente universitário.

Na USP, em 1999, também não eram aceitos para revalidação os títulos belgas *1 ère* e *2 ème licence* e os italianos *laurea de dottore*, *baccalareatum* e *specializzazione* (ou *perfezionamento*), este último somente sendo aceito mediante seu reconhecimento oficial pelo ministério italiano da Pubblica Istruzione, ao considerá-lo equivalente ao título de *dottore di ricerca*.

As limitações estabelecidas pela USP, assim como por diversas outras universidades do país, explicam-se como precaução e reação à problemática xenofilia que ainda existe

dentro de diversos setores do meio acadêmico.

O deslumbramento com tudo o que é estrangeiro leva muitos a estabelecerem como objetivo de vida a realização de um curso de pós-graduação no exterior, sem que muitas vezes se atentem para as qualificações da instituição e conseqüentemente para o valor do título que obterão.

A globalização é um fenômeno que ultrapassa o campo econômico e atinge outros setores, inclusive a educação. Embora uma hipotética “unificação” de títulos seja inviável, é razoável pensar em se estabelecerem mundialmente padrões mínimos de qualidade para a identificação de instituições idôneas que se caracterizem pela excelência.

Logo, os diplomas terão, também, uma valorização diferenciada. Na maioria das vezes é muito mais seguro cursar o mestrado ou doutorado em uma boa universidade brasileira do que fazê-lo em uma estrangeira de questionável reputação. Para Darcy Ribeiro:

Na concepção norte-americana, inglesa, o mestrado em si é uma prova de alfabetização. A maior parte dos universitários formados nas universidades são uns analfabetos, no sentido de que não dominam a língua, são incapazes de escrever um texto limpo e correto. O mestrado tem a finalidade de saber se um jovem que se formou é capaz de escrever articuladamente, numa linguagem limpa. Examina-se até a gramática da pessoa para saber se os erros de ortografia não são demasiados. Se ele é capaz de tomar informações sobre um tema e redigir de maneira legível sobre o assunto, dentro de um nível acadêmico, ele demonstra que é um letrado, não um analfabeto (RIBEIRO, 1980, p. 75).

Os mestrados brasileiros têm um problema de identidade que existem desde sua criação. O próprio autor do Parecer 977/65 reconhecia o baixo prestígio acadêmico que os mestrados tinham tanto na Europa quanto nos Estados Unidos e, não obstante, aconselhou a sua instalação no país.

Em Oxford e Cambridge, o grau de Mestre das Artes é concedido sem qualquer exame a todo aquele que tenha obtido o grau de Bacharel. Nas universidades escocesas o M.A. é o grau concedido ao término do curso de graduação.

Nos Estados Unidos, por força da influência inglesa permaneceu o grau de Mestre, sendo, por muito tempo, conferido sem maiores exigências no fim da graduação, como era o caso do chamado “Master’s Degree in cursu” (BRASIL, Parecer 977/65, p.167).

Sucupira, em sua análise crítica ao título de mestre nos Estados Unidos, afirma que, mesmo no século XX, depois de alterada a situação anterior, o grau de mestre seria útil na

maioria das vezes como sinal de competência profissional. “É importante igualmente para o magistério secundário, sobretudo porque em muitos estados o mestrado é garantia de melhor remuneração. No ensino superior é de menor valia, pois o Ph.D. é título necessário para o acesso na carreira de professor universitário” (BRASIL, Parecer 977/65, p.165).

O Brasil tem se mostrado um terreno fértil para a proliferação e pulverização de títulos. O período conhecido como República Velha (1889-1930) foi dominado por “coronéis” que nunca cursaram uma Academia Militar; em pleno século XXI, os graduados em Medicina ou Direito são considerados “doutores”, sem terem, a grande maioria, voltado à universidade após a conclusão da residência médica ou do bacharelado.

O tratamento de “doutor” dado aos bacharéis em Direito não é uma exclusividade brasileira; sua origem remonta às universidades do final da Idade Média, quando “chamavam-se mestres todos os licenciados que faziam parte da corporação dos professores em todas as faculdades, com exceção da Faculdade de Direito onde os professores se intitulavam doutores” (BRASIL, Parecer 977/65, p.166).

2.5 O rigor dos mestrados acadêmicos

No Brasil, os critérios de avaliação dos alunos dos mestrados têm um rigor muito semelhante ao da avaliação dos doutorados. Adalberto Vasquez, diretor de Avaliação da Capes em 1998, reconheceu que os programas de mestrado eram extremamente rígidos e que tal rigidez era considerada pelas agências um dos fatores que levavam à evasão (O Estado de S. Paulo, 14/8/1998, A9). Da mesma forma entende Therezinha Oliveira (1997, p. 4), ao afirmar que “na atualidade, seria ingênuo pensar que os alunos do mestrado não são capazes de produzir teses. A realidade está aí comprovando o contrário”.

Graciarema (1972, p. 270) levantava que um dos fortes argumentos para o alto nível de exigência dos mestrados era o de que “enquanto não houve possibilidades na América Latina para estabelecer pós-graduações completas que incluíssem o doutorado, a única coisa possível e aconselhável seria fazer bons mestrados”.

A própria Capes reconhece que um dos aspectos problemáticos da pós-graduação brasileira seria o superdimensionamento do papel dos mestrados, muitas vezes organizados como verdadeiros pequenos doutorados, “como uma consequência natural do fato de o mestrado ter sido inicialmente o principal foco das políticas governamentais, de ter-se constituído no nível mais elevado de formação oferecido em algumas áreas” (BRASIL,

CAPES, 1996).

Therezinha Oliveira, durante um encontro de pós-graduação da UFMG, relatou que, em mais de duas décadas trabalhando com cursos de pós-graduação, teve contato com teses de ótima qualidade em cursos de mestrado: “Sou testemunha disso na pós-graduação da Medicina na UFMG, onde por 20 anos como professora de Metodologia de Pesquisa acompanhei e orientei pesquisas e a própria escritura de teses de excelência reconhecida nacional e internacionalmente” (OLIVEIRA, 1997, p. 4).

Rosseti (1997, p.35) também apontou o rigor e o alto nível de exigência dos mestrados nacionais: “O problema é que, com o desenvolvimento da pós-graduação no país, o mestrado adquiriu várias conformações. Em algumas áreas – como a médica –, tornou-se um verdadeiro doutorado”.

O mestrado brasileiro vive uma grande ambiguidade desde a sua instituição em 1965, pois adotou o modelo norte-americano para a estrutura, mas o fez em termos de exigências. Segundo o sistema Sucupira, “no caso do Ph.D. a exigência da tese é universal, enquanto ao M.A. ora se requer uma dissertação, memória ou ensaio, ora se consideram suficientes os exames prestados” (BRASIL, Parecer 977/65, p.168). Possivelmente por essa razão, Oliveira (1995, p. 138) afirma que os mestrados brasileiros mantêm “os alunos a eles atrelados por um tempo médio elevado, levando em alguns casos o dobro do tempo dos mestrados americanos e, ao final, poucos são os alunos que obtêm o título de mestre”.

Ernst Hamburger (1980) também critica a ambiguidade da pós-graduação brasileira ao afirmar que mesmo nos EUA as complicadas regras da pós-graduação estão sendo aos poucos abandonadas, atendendo aos reclamos de professores e alunos. Entretanto, a regulamentação implantada aqui mantém todas as regras de lá, e com o agravante de uma tradição educacional muito mais burocrática, seguindo a letra dos regulamentos com maior rigidez do que lá.

A adoção de uma estrutura norte-americana de pós-graduação não teve seu correlato nos critérios de avaliação e promoção. Conforme já mencionado anteriormente, as exigências dos mestrados brasileiros têm semelhanças com os seus análogos europeus (não anglo-saxões), não com os norte-americanos. O rigor da comunidade acadêmica, sobretudo na área de Educação, tem sido extremado, adotando uma postura muito mais conservadora que o próprio texto da lei. Percebe-se que, ao passo que em várias áreas foram aceitas outras modalidades de trabalho final de curso, conforme a orientação do Parecer 977/65; na área de Educação tem sido exigida “a elaboração de dissertações ambiciosas, em alguns casos, segundo o modelo das pesquisas recomendadas nos programas de doutorado” (OLIVEIRA, 1995, p. 162). São as contradições do modelo brasileiro de pós-graduação.

3 REVISTAS CIENTÍFICAS

3.1 Conceitos, tipos, funções e origens.

3.1.1 Conceitos

As várias denominações existentes para revistas/periódicos científicos dificultam uma definição precisa para esse termo. Segundo Stumpf (1998, p.11), termos como “revistas científicas”, “publicações periódicas”, “publicações seriadas”, entre outros, são frequentemente utilizados como sinônimos. A fim de esclarecer as diferenças e semelhanças entre os usos dessas palavras, buscaram-se conceituações estabelecidas tanto por entidades de normalização quanto por autores nacionais e internacionais.

A rede International Standard Serial Number – ISSN –, tendo como centro nacional no Brasil o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT –, considera as publicações seriadas ou serials como a categoria maior, tomando por base o conceito extraído da ISO 3297. A Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT – estabeleceu uma norma baseada na ISO 3297 de 1998, que define esse tipo de edição como: “Publicação, em qualquer suporte, editada em partes sucessivas, com conteúdo corrente, designação numérica e/ou cronológica e destinada a ser continuada indefinidamente” (ABNT NBR 10525, 2005, p. 1). Essa definição abrangia tanto publicações impressas quanto eletrônicas.

Machlup e Stumpf (1978, p. 1) também afirmam que as publicações seriadas deveriam ser consideradas como a categoria maior, tendo sido definidas por eles como: “[...] um termo abrangente para publicações editadas em partes sucessivas, apresentando indicação numérica ou cronológica e com a intenção de continuar indefinidamente”.

Essa categoria incluiria periódicos, jornais, anuários, anais de sociedades científicas, entre outros. Desta forma, os periódicos constituiriam um tipo de publicação seriada, tendo a periodicidade como principal característica. Denise Farias de Souza reúne de maneira mais ampla as conceituações apresentadas, assumidas no presente trabalho:

Periódicos são publicações editadas em fascículos, com encadeamento numérico e cronológico, aparecendo a intervalos regulares ou irregulares, por um tempo indeterminado, trazendo a colaboração de vários autores, sob a direção de uma ou

mais pessoas, mas geralmente de uma entidade responsável, tratando de assuntos diversos, porém dentro dos limites de um esquema mais ou menos definido (SOUZA, 1992, p. 19).

3.1.2 Tipologia

Em relação à tipologia, segundo Souza (1992), publicações periódicas compreendem periódicos em geral: revistas, jornais, boletins informativos científicos ou de divulgação, atas, anuários, etc. Quanto à periodicidade, podem ser: diários, semanais, mensais, bimensais, etc. No que diz respeito ao conteúdo dessas publicações, encontramos propostas em Lambert (1985), Souza (1992) e Stumpf (1998). Estas não se excluem, podendo ser consideradas complementares.

Lambert divide os periódicos científicos em duas categorias: publicações primárias e publicações secundárias, enquanto Souza utiliza uma classificação semelhante que une a essas duas categorias uma terceira: a das publicações terciárias. As revistas científicas primárias ou *primary journals*, para Lambert (1985), são o primeiro veículo para a publicação de uma pesquisa em ciência ou tecnologia, tendo, assim, como característica principal apresentar conteúdo inédito.

A segunda categoria apresentada por Lambert é a das revistas científicas secundárias ou *secondary journals*, que têm como atividades principais divulgar, comentar e interpretar as pesquisas que foram publicadas nas revistas científicas primárias.

Seguindo a mesma linha, Souza caracteriza os três tipos de periódicos, incluindo uma categoria a mais que, de certa forma, une a primeira e a segunda: publicações primárias seriam aquelas que publicam artigos ou matérias originais; publicações secundárias publicam resumos ou sinopses de matérias originais; e publicações terciárias publicam revisões, sintetizando os conhecimentos sobre uma determinada matéria, a partir dos diversos elementos originais ou não.

Ainda segundo Souza (1992), os periódicos poderiam enquadrar-se apenas em uma das categorias, se tomarmos como exemplo uma publicação composta somente por artigos inéditos, ou poderiam pertencer a duas ou três categorias, se tivermos como exemplo uma revista que publica artigos originais, comenta e resume livros e inclui ainda uma síntese dos conhecimentos sobre uma determinada matéria.

Já Stumpf (1998), apresenta uma divisão diferente para as publicações periódicas,

proposta por um grupo de pesquisadores do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Para eles, existiriam outras três categorias possíveis para os periódicos em geral: a) científicos, aqueles que dedicam mais de 50% de seu conteúdo a artigos assinados – resultantes de atividades de pesquisa –, identificados por meio de descrições internas denominadas “Método”, “Metodologia”, “Resultados”, “Conclusões”, entre outros; b) técnicos, aqueles que dedicam mais de 50% de seu conteúdo a artigos assinados, emitindo opiniões, pontos de vista, etc. de especialistas sobre determinado assunto, ou seja, artigos assinados, mas não resultantes de atividades de pesquisa; e c) de divulgação, aqueles que dedicam mais de 50% de seu conteúdo a notícias curtas, informes, entre outros, ou seja, matéria não assinada.

Uma vez que as revistas brasileiras apresentam artigos resultantes de pesquisa básica e aplicada ou de desenvolvimento tecnológico bem como análise e debate de questões políticas e éticas, Stumpf (1994) considera mais apropriado, no Brasil, dividir os periódicos nas categorias técnico-científicas e de divulgação.

Deste modo, a partir das classificações aceitas pelas fontes citadas, a divisão dos periódicos pode ser feita em categorias referentes à originalidade do conteúdo publicado nos periódicos e em categorias referentes à procedência do conteúdo estar ou não relacionadas à atividade de pesquisa.

3.1.3 Funções

As revistas científicas são veículos importantes para os serviços de referência, pois, por meio delas, são divulgados os resultados das pesquisas mais atuais sobre um determinado assunto. A partir da leitura de Stumpf (1998a), que toma como referência King (1981), Campello e Campos (1993), Lambert (1985) e Schwartzman (1984), definem-se três principais funções dos periódicos científicos: primeiro, são o arquivo da ciência, porque registram as descobertas científicas de maneira permanente. Por essa razão, a periodicidade regular das revistas é de grande importância, uma vez que mantém a memória da ciência em constante reabastecimento.

Segundo, são o principal veículo de comunicação do saber, pois é por meio dos periódicos científicos que os resultados da ciência se tornam públicos. E por último, são o meio para conferir prestígio e reconhecimento aos pesquisadores, já que os textos são lidos e

avaliados por colegas da comunidade científica antes de serem publicados.

Deve-se dar atenção especial a essa última função relacionada, chamada por Subramanyan (1981) de função social, porque as revistas, sendo instituições sociais que reúnem pessoas, conferem prestígio e reconhecimento a quem as produz e utiliza. Além disso, é com a publicação de suas pesquisas que os autores podem provar a paternidade de uma nova ideia ou resultado.

3.1.4 Origens

Historicamente, as duas primeiras revistas científicas surgiram no ano de 1665. Segundo Bernard Houghton (1975), o “Journal des Sçavans” é geralmente citado como o primeiro periódico comparado às revistas de divulgação da atualidade. Foi fundado por Denis de Sallo, um conselheiro da corte do parlamento francês. De Sallo teria mantido dois homens transcrevendo as passagens mais significativas que encontrava em suas leituras.

Os resumos e anotações feitas por escritores da corte francesa eram incorporados ao “Journal des Sçavans”, cujo primeiro volume foi publicado em 05 de janeiro de 1665. Este volume consistia em vinte páginas, incluindo dez artigos, algumas cartas e anotações. Incluía também decisões legais e teológicas em suas seções bem como apresentava um necrológico de cientistas famosos. A proposta do periódico era:

[...] catalogar e dar informações úteis sobre livros publicados na Europa e resumir seus trabalhos, fazer conhecidas experiências em física, química e anatomia que possam servir para explicar fenômenos naturais, descrever máquinas ou invenções, úteis ou curiosas, registrar dados meteorológicos, citar as principais decisões civis e das cortes religiosas e críticas de universidades, transmitir aos leitores todos os eventos em curso dignos da curiosidade dos homens (HOUGHTON, 1975, p. 13).

A popularidade da revista atraiu a atenção do governo, e o periódico ficou por um curto espaço de tempo sob repressão por publicar material considerado ofensivo pela coroa. O privilégio dado por ela que permitia a sua publicação foi revogado por certo período no primeiro ano da revista (MEADOWS, 1999).

O periódico, entretanto, obteve a licença novamente no ano seguinte com variações de periodicidade até 1816, quando a grafia do nome foi atualizada para “Journal des Savants”, passando a ser um periódico de natureza literária.

A primeira revista científica propriamente dita foi publicada na Inglaterra apenas poucos meses após a criação da revista de divulgação francesa. Um dado interessante resgatado por Meadows (1999) é o fato de, apenas seis dias após a primeira publicação do “Journal des Sçavans”, em 11 de janeiro de 1665, a Royal Society de Londres já ter tido contato com o conteúdo da revista francesa em uma de suas reuniões, o que dá uma boa indicação da velocidade de comunicação entre centros importantes naquela época.

Aparentemente, isso consolidou a ideia do conselho da Royal Society acerca da publicação de uma revista científica porque, em março de 1665, ele determinava: “[...] que as Philosophical Transactions sejam impressas na primeira segunda-feira de cada mês, caso haja matéria suficiente para isso, e que o texto seja aprovado pelo Conselho, sendo antes revisto por alguns de seus membros” (KATZEN, 1980, apud MEADOWS, 1999, p. 6).

As referências sobre a data precisa da primeira publicação da revista “Philosophical Transactions” são divergentes. Segundo as pesquisas de Stumpf (1998), seria 06 de março de 1665. Entretanto, para Houghton, a data seria 06 de maio de 1665. Apesar dessas divergências, se adotarmos qualquer uma das referências, podemos perceber o curtíssimo espaço de tempo entre a criação dos dois periódicos, o que revela uma necessidade muito próxima percebida pelos cientistas dos dois centros envolvidos.

Meadows (1999) aponta várias razões para o surgimento dos periódicos científicos na segunda metade do século XVII. Algumas mais específicas, como a expectativa de seus editores de que teriam lucro com as revistas, algumas gerais, como a crença de que, para fazer novos descobrimentos, era necessário um debate coletivo. Entretanto, o motivo principal, segundo o autor, encontra-se na necessidade de comunicação, do modo mais eficiente possível, com uma clientela que crescia rapidamente interessada em novas realizações.

Já no século XX, a partir da década de 1970, os avanços da tecnologia informática permitiram melhorar a qualidade e aumentar a rapidez na edição de revistas. Entre as tentativas de informatizar todo o processo editorial estão os projetos de Centros de Processamento Editorial – EPC –, desenvolvidos nos EUA, e Birmingham and Loughborough Eletronic Network Development – BLEND –, na Inglaterra (STUMPF, 1996). Os EPC iniciaram nos anos 1970 sob a coordenação da National Science Foundation como uma iniciativa cooperativa entre publicadores, tendo como finalidade proporcionar suporte automatizado para todas as etapas que compreendem a produção de revistas e baratear custos.

O projeto BLEND foi desenvolvido na década de 1980 pelas universidades dessas

duas cidades, na tentativa de progredir um pouco mais na produção de revistas. Além de automatizar todas as fases do processo, o projeto financiado pela British Library se constituiu em uma alternativa de substituição total da publicação impressa pelo armazenamento e acesso eletrônico dos artigos. Porém, a dificuldade de compatibilização de hardwares e softwares, os altos custos envolvidos e a falta de adesão dos leitores fez com que o projeto recuasse na época.

As dificuldades que acompanharam o início dos periódicos eletrônicos, aos poucos, foram diminuindo com os avanços tecnológicos e a aceitação das revistas pelos usuários. Muitos recursos foram adotados na compatibilização de equipamentos e programas a fim de facilitar o uso das publicações, o que permitiu que novos periódicos fossem criados, com acesso facilitado e utilizando recursos gráficos mais sofisticados (CRESPO; CAREGNATO, 2004).

Em função das mudanças aceleradas que vêm sofrendo as revistas científicas na última década (CRESPO; CAREGNATO, 2004), diversos estudos têm sido feitos sobre este tipo de publicação. Gruszynski e Golin (2007) levantam alguns desses tópicos que já vêm sendo estudados ao descrever o processo de edição e publicação on-line que abrange:

[...] aspectos particulares vinculados ao suporte como a disponibilidade de acesso, resgate das informações, critérios de interatividade e navegabilidade. Estes, contudo, devem seguir parâmetros balizados pela tradição do impresso: apresentar política editorial, possuir conselho editorial, uma rigorosa revisão de qualidade (peer review), dedicar-se a uma área específica, manter edições regulares, ter ISSN, apresentar instruções aos autores, não ter caráter departamental, para citar alguns (GRUSZYNSKI; GOLIN, 2007, p. 2).

3.2 As publicações antes e depois da internet

3.2.1 Revistas científicas – evolução para o meio eletrônico

Dedicado ao estudo dos periódicos científicos eletrônicos, Lancaster (1995) trata do desenvolvimento gradual desse tipo de publicação, tendo descrito quatro etapas de sua evolução. Ainda no início da década de 1960, a primeira etapa do uso de computadores no processo de produção de periódicos científicos gerava publicações impressas convencionais, possibilitando impressões por demanda e customizadas a partir das necessidades de cada

leitor.

Em seguida, passa a ser feita a distribuição do texto em formato eletrônico, no qual a versão eletrônica é exatamente igual à versão em papel. A terceira fase consistiu na distribuição de periódicos apenas em formato eletrônico, em que a publicação passa a ser um pouco mais do que um texto impresso apresentado eletronicamente. Nessa etapa, já são utilizadas ferramentas de busca e manipulação de dados, além de alerta aos leitores de que foram publicados textos com temas de seu interesse, a partir do cadastro de seus perfis. O quarto momento descrito compreende a geração de um tipo de publicação completamente nova, que explora as reais potencialidades do meio eletrônico, como o hipertexto, o áudio, o vídeo.

O autor argumenta que, apesar de esses quatro passos serem considerados lógicos no processo de evolução desse tipo de publicação, é difícil descrever em que fase se encontra a maioria das revistas, uma vez que todas as etapas coexistem atualmente. Por outro lado, o último estágio descrito por Lancaster (1995) ainda não estaria completamente atingido, já que são pouquíssimos os autores preocupados em produzir material concebido especificamente para a publicação on-line.

Para que exista a produção de conteúdos pensados especialmente para a internet, um ponto importante levantado por Simone Weitzel (2006) deve ser destacado: o reconhecimento social de atividades científicas em meio digital no âmbito institucional, seja das agências de fomento, da instituição de origem, ou dos pares. A validação do novo meio de publicação significa considerá-lo um modo importante de comunicação de resultados em avaliações institucionais e profissionais. Assim, a definição de características formais específicas para o conhecimento científico na web seria potencializada bem como a formação de leitores com novos hábitos de leitura de revistas científicas.

As formas como a humanidade tem acesso à informação alcançou novas formas após o uso da internet como meio de propagação das publicações eletrônicas. A web é sem dúvida um grande marco para a comunicação, pois permitiu o crescimento da produção e acesso de revistas e periódicos científicos, uma vez que, por meio dela as publicações podem ser compartilhadas e circuladas de forma livre. Nesse sentido, Valle afirma que:

Nos últimos 20 anos, com a popularização dos computadores e o desenvolvimento da microeletrônica, a palavra informação adquire um significado diferente. Até então, o seu sentido estava restrito à transmissão de dados acerca de alguém ou de algo, geralmente notícias de fatos que chegavam ao receptor com

uma certa defasagem temporal. Na década de 50, a comunicação entre duas pessoas, cada uma situada em países ou estados diferentes, só era possível por meio do telefone, telex ou correios; naquele tempo ainda não existia a comunicação via satélite, nem Internet, telefone celular etc. Nos dias de hoje, informação tem um significado que está invariavelmente associado, mesmo que inconscientemente, à velocidade, à tecnologia, ao tempo e ao espaço. As noções de tempo e espaço se alteram radicalmente. Com o aperfeiçoamento das telecomunicações e com o advento das novas tecnologias da informação, o tempo agora é tempo real e o distante vai tornando-se paulatinamente mais próximo (VALLE, 1996, p. 7).

Ao longo dos anos, a internet vem proporcionando uma comunicação mais estreita entre leitores e cientistas que pesquisam e produzem seus trabalhos utilizando a rede para difundir os resultados obtidos de forma mais rápida e prática, contribuindo assim para a disseminação do conhecimento e o crescimento intelectual da sociedade.

As publicações científicas eletrônicas surgiram com o advento dos anos de 1990. De acordo com Veloso (2011), os periódicos científicos no formato eletrônico têm proporcionado, tão somente, de maneira incipiente, a disseminação e divulgação do conhecimento científico, além de cooperar como uma importante fonte bastante significativa para as pesquisas acadêmicas em modo geral. Com a expansão dos meios de comunicação eletrônica e das tecnologias da informação tanto no campo acadêmico quanto no social, é indispensável abordar a origem dos periódicos. Para Freitas:

Os periódicos foram, desde seus primórdios, importantes canais de publicação de notícias científicas. No século XIX, expandiram-se e especializaram-se, vindo a realizar importantes funções no mundo da ciência. Ao publicarem textos, os estudiosos registram o conhecimento (oficial e público), legitimam disciplinas e campos de estudos, veiculam a comunicação entre os cientistas e propiciam ao cientista o reconhecimento público pela prioridade da teoria ou da descoberta (FREITAS, 2006, p. 54).

Antes de passar do meio impresso para o eletrônico, os periódicos como mecanismo de comunicação científica tiveram uma trajetória. Meadows (2001) aponta diversas razões para que os periódicos científicos surgissem na segunda metade do século XVII. Algumas mais específicas, como a expectativa de que seus editores teriam lucro com as revistas; outras gerais, como a crença de que, para fazer novas descobertas era necessário um debate coletivo. Porém, o motivo principal, segundo o autor, era a necessidade de comunicação, do modo mais eficiente possível, com uma clientela que crescia rapidamente, interessada em novas realizações.

A história do periódico no Brasil teve início em 1839 com o lançamento da Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Brasil, a qual foi distribuída a 136 sociedades

estrangeiras e sua periodicidade ininterrupta lhe valeu um prêmio internacional no Congresso de História em Veneza no ano de 1881 (VAINFAS, 2002).

O periódico é considerado um veículo formal de comunicação do conhecimento que viabiliza o acesso às pesquisas realizadas por seus autores a fim de disseminar os resultados das mesmas. Desempenha um importante papel para a comunicação científica, uma vez que, o seu objetivo principal contempla “a necessidade de uma comunicação mais ágil e eficiente a um público selecionado” (ALVES, 2011, p. 4).

Assim, para Rodrigues e Fachin pode-se afirmar que:

[...] periódicos científicos, são todas ou quaisquer tipos de publicação editadas em números ou fascículos independentes, não importando a sua forma de edição, ou seja, seu suporte físico (papel, CD-ROM, bits, eletrônico, on-line), mas que tenha encadeamento sequencial e cronológico, sendo editadas, preferencialmente, em intervalos regulares, por tempo indeterminado, atendendo às normalizações básicas de controle bibliográfico [...] (RODRIGUES; FACHIN 2010, p. 35).

A principal finalidade do periódico científico é a divulgação das pesquisas realizadas entre os pesquisadores de comunidades científicas. De acordo com Mueller (2000, p. 73), “a comunicação formal de resultados da pesquisa original para a comunidade científica e demais interessados; a preservação do conhecimento registrado; o estabelecimento da propriedade intelectual; e a manutenção do padrão da qualidade na ciência”. Miranda e Pereira afirmam que:

O periódico igualmente se diversificou e ao tradicional veículo de comunicação de artigos vieram juntar-se outros como o de resumo, o de alerta corrente, o de cartas, e o de revisão e síntese da literatura. Outra transformação igualmente significativa para a comunicação científica foi seu crescimento exponencial e fragmentação em áreas cada vez mais especializadas (MIRANDA; PEREIRA 1996, p. 376).

Conforme Muller (2000), a necessidade de maior agilidade na difusão do conhecimento fez com que o periódico viesse à tona. Os periódicos vêm ganhando cada vez mais espaço no âmbito acadêmico, visto que se apresentam como um dos meios pelo qual o conhecimento científico vem tornando-se cada vez mais acessível e viável para o saber-fazer da pesquisa científica.

Vale salientar que na mesma medida em que as informações surgem, as pesquisas também são geradas, e os pesquisadores buscam solucionar problemas a fim de encontrar resultados que colaborem para o meio científico e social, gerando assim, o conhecimento.

De acordo Ohira (1998, p. 29), “[...] uma forma mais sensata de considerar a

produção científica seria como a globalidade das atividades acadêmicas e científicas e não somente os resultados do trabalho do pesquisador materializado em publicações”.

Segundo Medeiros (1986, p. 51), “o interesse pessoal reflete uma postura do profissional que, independentemente de suas obrigações quanto ao regime de trabalho ou outras implicações, realiza trabalhos que vão ao encontro de suas satisfações”, ou seja, a pesquisa surge a partir do desejo de produzir e obter resultados referentes às inquietações particulares que cada um tem sobre determinado assunto, e mediante o resultado do trabalho, de sugerir novos caminhos para pesquisas.

O acesso às pesquisas em meio eletrônico vêm se tornando, ao longo dos tempos, comum e cotidiana por parte dos usuários. Com a chamada era da informação, a sociedade passa a se tornar fiel consultora da web para fins diversos como a comunicação, pesquisa, trabalho, lazer, etc.

Na última década, as publicações científicas começaram a se deslocar do meio impresso para o eletrônico de forma considerável, passando por um período de transição rápida e prolífera transformando assim o modo que se cria, comunica e preserva o conhecimento científico (SAYÃO, 2010).

Apesar de questões ainda não respondidas pelo avanço tecnológico (segurança, preservação em longo prazo das informações, compatibilidade e outros), percebe-se que com o passar dos anos, os usuários começam a aceitar esses periódicos como um canal que disponibiliza de forma segura e confiável trabalhos acadêmicos que contribuem para o crescimento da produção científica e construção do conhecimento.

Para Cruz (2003), será considerado periódico científico eletrônico aquele que possui artigos com texto integral, disponibilizados via rede, com acesso on-line, e que pode ou não existir em versão impressa ou em qualquer outro tipo de suporte. Isso dito, há a vantagem da praticidade que existe em visualizar um texto em meio eletrônico sem precisar imprimi-lo.

Reis e Giannasi-Kaimen (2007), em pesquisa sobre a transição do periódico científico tradicional para o eletrônico, constataram que 36 respondentes afirmaram que as maiores vantagens estão no uso do formato eletrônico comparado com o formato impresso. Eles indicam a facilidade de acesso aos artigos publicados dessa forma, a possibilidade de pesquisas extensivas e também uma economia de tempo e papel.

A internet, o correio eletrônico, as bases de dados, os periódicos eletrônicos e também os livros eletrônicos, já estão, ao menos parcialmente, incorporados ao dia a dia dos pesquisadores e acadêmicos (OLIVEIRA, 2006).

É indiscutível o fato de que as tecnologias se renovam a cada dia e se tornam nossas aliadas no campo da informação e na produção de novos conhecimentos, pois a praticidade de ter acesso aos textos em qualquer lugar a torna indispensável. “Pode-se dizer que, aos poucos, está sendo gerado um novo produto, que prioriza a informação e não mais o formato em que está disponível” (BIOJONE, 2003, p. 68), ou seja, independentemente do formato, quem busca a informação terá que se adaptar ao suporte.

No Brasil o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) é um software de acesso livre utilizado para a construção e gestão de publicações periódicas eletrônicas. É uma plataforma trazida por iniciativa do IBICT, que o traduziu e o disponibilizou para a sociedade. Em dezembro de 2003, a primeira versão do sistema (1.1.5) em português foi apresentada no IX Encontro Nacional de Editores Científicos, em Caxambu-MG, promovido pela Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC). Foi a partir deste momento, que o SEER começou a ser solicitado pela comunidade de editores científicos do país (ARELLANO; SANTOS; FONSECA, 2005, p. 77).

O uso do SEER por parte das Revistas Eletrônicas é cada vez mais relevante, uma vez que o número de Revistas cresce consideravelmente a cada ano. Esse sistema é incorporado por elas para que haja o gerenciamento da construção e editoração dos periódicos científicos a fim de proporcionar melhorias na produção e comunicação científica. Além disso, diminui os custos com relação ao acesso à informação, tentando assim tornar a informação via web padronizada e confiável aos usuários.

O Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) é um software desenvolvido para a construção e gestão de uma publicação periódica eletrônica. Esta ferramenta contempla ações essenciais à automação das atividades de editoração de periódicos científicos. Recomendado pela CAPES, o processo editorial no SEER permite uma melhoria na avaliação da qualidade dos periódicos e uma maior rapidez no fluxo das informações. A aceitação do SEER pela comunidade brasileira de editores científicos vem do desempenho do sistema e de sua fácil adaptação aos processos de editoração em uso (IBICT, 2017).

3.2.2 Práticas de escrita e leitura

Diversos autores se dedicaram ao estudo das práticas de escrita e leitura. Ana Cláudia Gruszynski, no livro “A imagem da palavra”, aborda a escrita e a leitura como atividades inconstantes, “constituídas por um conjunto de práticas e de condições que têm caráter

histórico” (GRUSZYNSKI, 2007b, p. 120). A autora retoma o trabalho de David Olson (1997), para quem a variedade de tais práticas está relacionada aos espaços do individual e do social. Também recupera as considerações de Roger Chartier (1996) sobre o tema, que afirma que o ato de ler resulta de tensões estabelecidas entre dois conjuntos de fatores: os relacionados aos leitores e às comunidades de leitura nas quais estão inseridos, e os relacionados aos textos e à sua materialidade.

Os vários modos pelos quais os grupos sociais organizam sua relação com o escrito, seus pressupostos e disposições, o conjunto de competências, de usos, de códigos e de interesses, estão inscritos na ordem das comunidades de interpretação, origem da identidade de um grupo de leitores. É no intercâmbio com os textos e sua materialidade, nas possibilidades de leitura decorrentes de aspectos de ordem técnica e material que as várias comunidades de leitores se articulam (GRUSZYNSKI, 2007b, p. 121).

A autora chama a atenção para o fato de as orientações seguidas pelas pesquisas na área de leitura terem mudado na contemporaneidade: da identificação, organização e memorização das formas do escrito – com foco no ato de ler como domínio de um código. Elas passam a abordar a leitura como uma atividade do sujeito. Jean-Pierre Gaté (2001) define a leitura como comunicação, sendo um ato de linguagem por excelência. Além disso, percebe a leitura enquanto construção de sentido, existindo diferentes tipos de leitura, adaptados a diferentes tipos de textos. Para ele, leitura seria projeto, exigindo a formação de uma competência funcional diversificada para cada situação.

Gruszyński (2007), a partir de Gaté (2001), apresenta projetos de leituras de dois tipos: para si (lúdico) envolvendo o prazeroso, a relação pessoal entre texto e leitor; e exterior a si, com o objetivo de adquirir um dado conhecimento ou executar uma tarefa específica. Apesar de distintos, ambos os projetos poderiam se cruzar, uma vez que uma leitura funcional pode propiciar prazer e preencher necessidades íntimas.

Éveline Charmeux (1994) também trabalha com conceito semelhante para projetos de leitura. Para ela, existiriam projetos voltados para o exterior em função de situações funcionais visando o aprendizado, que ocorrem normalmente com textos não ficcionais e não literários, ou de estudo, o que seria uma leitura para construção de conhecimento. Já a leitura como projeto pessoal apareceria em situações de leitura para distração, de leitura nostálgica para o devaneio, a partir da evocação de lembranças, ou de leitura prazerosa, que compreenderia toda espécie de graus de leitura, almejada em todas as circunstâncias. Percebe-se, assim, que o papel do sujeito passa a se destacar para os autores citados, ao considerarem a

existência de objetivos de leitura e sua possibilidade de realização dentro de diferentes situações, uma vez que a conduta da leitura e a construção do sentido não são feitas sempre da mesma forma (GRUSZYNSKI, 2007).

Como leitor principal de revistas científicas, encontra-se o pesquisador, que é também autor desse tipo de conteúdo. Nesse caso, tendo em vista os conceitos de Gaté (2001) e Charmeux (1994), identifica-se um projeto de leitura exterior a si, funcional para estudo, orientado à aquisição de informações com o propósito de construção de conhecimento.

Carol Tenopir e Donald King (2001), com base em levantamentos realizados essencialmente nos Estados Unidos durante as décadas de 1970, 1980 e 1990, chegaram ao estabelecimento de alguns padrões de uso de periódicos eletrônicos por docentes em universidades. Eles sustentam que os cientistas leem em média de 18 a 26 periódicos por ano. Desde o princípio do período pesquisado, estudos mostram com regularidade que os artigos de periódicos são considerados pelos cientistas como o recurso informacional mais importante e que são amplamente lidos. Nos estudos mais antigos, o formato mais utilizado era o impresso, porém, os periódicos disponíveis digitalmente ganharam espaço de forma rápida nos últimos anos da década de 1990. Os autores afirmam ainda que, na época analisada, o uso de periódicos eletrônicos variava conforme a área do conhecimento, mas, em média, aproximadamente 50 a 99% dos membros docentes das universidades pesquisadas usavam esse tipo de publicação em algum momento de suas investigações. Uma porcentagem muito menor afirmava preferir a leitura de um título eletrônico em relação ao seu correspondente impresso.

Meadows (1999) cita o trabalho de Dillon (1994), ao afirmar que, para os cientistas, o requisito mais importante a este tipo de documento eletrônico é a facilidade na produção de cópias impressas de qualidade. Isso refletiria o fato de que muitos leitores consideram o texto eletrônico mais difícil de lidar do que o texto impresso. O autor defende ainda que algumas facilidades do meio impresso, como a consulta de informações folheando páginas impressas comparadas à navegação hipertextual do texto eletrônico, ou a questão da portabilidade e a anotação do conteúdo serem muito mais fáceis no meio impresso, levariam a crer que a leitura de textos em tela ainda seja, em geral, um processo menos satisfatório do que a leitura de textos em papel. Apesar de passados quase dez anos desde que tais afirmações foram feitas por Meadows, as práticas de leitura de revistas científicas ainda permanecem ancoradas nessas bases.

Outro fato importante apontado por Meadows (1999) é o de que esses leitores não

estariam alheios ao potencial da hipermídia no que diz respeito à criação de novos projetos gráficos para o texto eletrônico em relação ao meio impresso, entretanto a maioria espera que as publicações digitais, pelo menos inicialmente, se assemelhem a seus equivalentes em papel. Questões de natureza ergonômica continuam sendo ainda hoje o principal limitador para a leitura em tela, mais do que na página impressa. Apesar dessas considerações, Meadows ressalta que se existir motivação suficiente, “como, por exemplo, o rápido acesso a uma grande variedade de informações, os leitores aceitarão as limitações” (MEADOWS, 1999, p. 158).

Os leitores de revistas científicas em geral têm hoje a possibilidade de ler um artigo tanto em papel quanto na tela do computador. O que eles decidem fazer está sujeito a suas preferências pessoais, que passam pela facilidade/dificuldade de acesso, seus projetos de leitura, bem como as características do grupo de pares do qual fazem parte. Fica claro que, atualmente, as formas de apresentação, impressa ou eletrônica, acabam complementando umas às outras. Muitos leitores realizam pesquisas on-line em busca de novos textos, mas preferem consultar, em uma leitura mais atenta, o material em papel, que pode ser tanto o fascículo impresso e montado industrialmente quanto uma versão de impressora doméstica. Desse modo, a transição do impresso ao eletrônico, para Meadows (2001), não reflete a total eliminação do uso do primeiro em relação ao segundo.

Nesse âmbito, a leitura de periódicos orienta a busca por acumulação de capital científico (BOURDIEU, 1984), já que neles encontram-se refletidas as estratégias de conservação dos cientistas dominantes, sendo possível inferir quem são os pesquisadores de maior prestígio de cada campo. Percebe-se que os valores compartilhados pelas diferentes áreas do conhecimento influenciam o uso dessas revistas, e é possível o estabelecimento de parâmetros comuns à comunidade científica como um todo, uma vez que tais publicações são vistas, de modo geral, como o arquivo da ciência e o principal meio de comunicação do saber para as mais diversas disciplinas.

Embora esses periódicos mantenham suas principais funções no âmbito da comunicação formal da ciência, o desenvolvimento gradual das revistas científicas, desde as publicações em papel até as edições atuais em meio digital, reflete o processo de mudanças nas práticas de leitores, autores e editores. Os leitores de periódicos on-line passam a ter à sua disposição ferramentas de busca e manipulação de dados impensáveis no século XVII. Contudo, os parâmetros consagrados por seus correspondentes impressos continuam pautando as novas publicações digitais. Os principais mecanismos de validação do conhecimento para

fins de publicação permanecem ancorados na avaliação pelos pares. A escrita e edição de conteúdos criados especialmente para a web parece ser o principal desafio. Nesse sentido, o reconhecimento social das atividades científicas no novo meio serve de incentivo para a definição de características formais particulares na produção editorial de revistas científicas on-line.

3.2.3 Revistas científicas do Brasil no âmbito internacional

Para Packer (2011), as revistas científicas no Brasil publicam a partir de 2009 mais de um terço da produção científica do país segundo os índices bibliográficos Web of Sciences (WoS) e Scopus, que são referência internacional para a medida da produção científica dos países. “Ao alcançar esse marco, contribuíram decisivamente para que o Brasil viesse a ocupar a 13ª posição no ranking internacional de produção científica medido pelo número de artigos publicados” (PACKER, 2011, p.29). Ao mesmo tempo, a coleção de periódicos brasileiros publicados e indexados on-line em acesso aberto na Scientific Electronic Library Online (SciELO) atendeu, em 2010, uma média mensal de 10,6 milhões de downloads de artigos.

Segundo o pesquisador, que é também Coordenador operacional do SciELO e assessor de Informação e Comunicação em Ciência da Fundação de Apoio à Unifesp, a conquista desse marco reflete, além dos avanços na produção da pesquisa científica brasileira, cuja comunicação se veicula proporcionalmente nos periódicos nacionais, as mudanças que ocorreram na cobertura dos índices internacionais que favoreceram os periódicos dos países em desenvolvimento, particularmente do Brasil.

Também tiveram um papel fundamental os aperfeiçoamentos ocorridos nas políticas de infraestrutura e apoio ao acesso e publicação de informação científica, liderados pela Capes, pelo CNPq e pela FAPESP, por meio dos programas do Portal de Periódicos, do Programa Nacional de Financiamento da Editoração e Publicação de Periódicos e do Programa SciELO de Indexação e Publicação On-line.

Apesar disso, as revistas científicas brasileiras encontram desafios para chegarem perto do alcance dos periódicos internacionais de referência, segundo os rankings de visibilidade e impacto calculados com base nas citações recebidas. Essa condição tem levado autoridades e parcela dos pesquisadores brasileiros a resistirem ao fortalecimento dos

periódicos brasileiros.

3.2.4 As revistas científicas na comunicação da pesquisa

Todo periódico abrange a publicação seriada e periódica de números (ou fascículos) que se sucedem, sem fim previsto, ao longo dos anos. Os números são normalmente organizados em volumes e o conjunto todo é identificado pelo nome ou título do periódico, geralmente em formato abreviado, e também por números, como o International Standard Serial Number (ISSN).

Diferem dos livros e outros tipos de monografias, que são objetos únicos ou com número limitado de volumes. Em cada novo número, os periódicos publicam artigos e outros textos que são passíveis de descrição referencial normalizada em coleções e índices bibliográficos e, principalmente, de ser citados por outros artigos. Assim, os periódicos e os índices bibliográficos estruturam dinamicamente o fluxo da comunicação da pesquisa, sendo a pontualidade uma das suas características fundamentais (PACKER & MENEHINI, 2007).

Para Packer (2011, p.30), os periódicos têm como missão “a comunicação dos resultados da pesquisa original que contribui para o avanço do conhecimento nas disciplinas ou áreas temáticas específicas”. Em consequência, a periodicidade na qual os números são publicados, assim como a quantidade e o tamanho dos artigos que publicam variam entre as áreas do conhecimento. O mesmo acontece com a distribuição das citações que os periódicos concedem e recebem por artigo.

Packer explica que o caráter científico das revistas ou periódicos vem dos artigos denominados originais, que comunicam resultados de pesquisa inédita e são aceitos para publicação após processo de revisão por pares e em consonância com suas políticas editoriais. “Os periódicos de referência nas diferentes disciplinas operam normalmente com um índice de rejeição de mais de 50% dos manuscritos submetidos” (PACKER, 2011, p. 33).

Nos vários trabalhos pesquisados se revela que os índices, como SciELO, WoS e Scopus, estruturam a informação bibliográfica dos artigos em bases de dados, que facilitam a sua recuperação e fornecem dados e indicadores de produção científica, em geral, medidos pelo número de artigos originais e de revisão e das citações que concedem e recebem.

As disciplinas que analisam a produção científica e que dispõem de metodologias para

a exploração e análise dos dados dos índices bibliográficos são denominadas bibliometria, informetria e cienciometria (MACIAS-CHAPULA, 1998).

O desempenho agregado dos artigos nos índices serve para medir a produção e o impacto científico dos periódicos que os publicam, dos seus autores e dos grupos de pesquisa, departamentos, instituições e países a que são afiliados. Os índices constituem fontes de informação críticas para os sistemas nacionais de avaliação de produção científica. São também úteis aos autores, editores e publicadores por informarem sobre os níveis de indexação e impacto dos artigos e dos periódicos.

3.3 As regras do Qualis e a colonização intelectual

3.3.1 O Programa Qualis

O Programa Qualis Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior é o método utilizado pela Capes para estratificar a qualidade da produção intelectual dos programas de Pós-Graduação. Essa estratificação é realizada de forma indireta, por meio da análise da qualidade dos veículos, ou seja, dos periódicos científicos. De acordo como os documentos disponíveis on-line, a atribuição dos estratos (A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C) é feita conforme os critérios de cada área do conhecimento. O mesmo periódico pode ser classificado em mais de uma área do conhecimento e receber diferentes avaliações, possibilitando assim expressar o valor da pertinência do conteúdo veiculado (CAPES, 2010).

Nas Ciências Humanas, os documentos enfatizam a importância da inovação dos autores dos artigos e não apontam para a utilização do fator de impacto. A grande área recomenda a inserção numérica em fontes nacionais e internacionais. Em diversas subáreas, o documento prioriza a explicação e os métodos utilizados para minimizar as discrepâncias entre as disciplinas.

Os editores das revistas não avaliadas na sua área do conhecimento podem buscar, por meio de convites, editais e chamadas especiais, qualificar a revista perante a avaliação do Qualis CAPES, a fim de atender aos critérios das fontes de informação. O Qualis deriva de um desses indicadores, o índice de impacto medido pelo WoS, dos periódicos nacionais e internacionais, incluindo aqueles que publicaram artigos e outros textos dos pesquisadores

afiliados aos programas de pós-graduação brasileiros avaliados por essa agência.

Pertencer aos índices de referência é importante para que as revistas científicas e a pesquisa que comunicam façam parte da memória e dos fluxos de informação científica e sejam habilitados a participar dos processos de recuperação e avaliação de informação científica.

[...] essa capacidade diferenciada que a indexação concede aos periódicos é conhecida também como "visibilidade". Serve como referência de prestígio e qualidade para os periódicos e da pesquisa que comunicam, e constituem uma das pedras angulares da comunicação científica (PACKER, 2011. p.31).

Os periódicos brasileiros, assim como os dos países em desenvolvimento, enfrentam há longo tempo o desafio de integrar a sua produção nos índices que estruturam o fluxo internacional de informação científica, aumentando assim progressivamente a sua visibilidade (Packer & Meneghini, 2007).

3.3.2 Índices bibliográficos

De acordo com tabelas disponíveis na pesquisa de Packer, os índices bibliográficos multidisciplinares mais importantes, com produção de indicadores bibliométricos, são o WoS, produzido pela empresa Thomson Reuters, e o Scopus, produzido pela Elsevier. Associados ao WoS e ao Scopus estão dois outros índices, o Journal Citation Report (JCR) e o International Scientific Journal and Country Rank (Scimago), dedicados ao cálculo e operação on-line das medidas bibliométricas e rankings atualizados do desempenho dos periódicos, autores, instituições e países.

O SciELO é o índice bibliográfico multidisciplinar e de publicação on-line dos periódicos de qualidade do Brasil. O SciELO (acessível livremente na web) indexa também coleções nacionais de países da América Latina e Caribe (AL&C), com extensão para África do Sul, Espanha e Portugal, com 650 periódicos indexados no final de 2010 (Packer, 2009). Em conjunto, o SciELO, o WoS e o Scopus indexam periódicos de mais de 100 países (O WoS e o Scopus são acessados por meio do Portal de Periódicos Capes). Existem também índices bibliográficos de áreas específicas do conhecimento, como o PubMed na área biomédica, com cobertura global, e seu correspondente Lilacs, com cobertura restrita à AL&C.

3.3.3 Registro e identificação de revistas/periódicos

Ainda em Packer, se encontra que a identificação e o registro dos periódicos científicos são feitos por diretórios que catalogam as publicações periódicas de cobertura multidisciplinar: o Ulrich's Periodicals Directory, com um catálogo amplo de mais de 300 mil títulos registrados em sua versão web e um núcleo de periódicos com revisão por pares de cerca de 70 mil títulos; o International Standard Serial Number (ISSN) Register, incluindo o registro nacional no Brasil, com mais de um milhão de registros, dos quais cerca de 630 mil são identificados como correntes; e o Latindex, com cobertura restrita à América Latina, Caribe, Espanha e Portugal, que opera um diretório geral de periódicos com mais de 18 mil títulos, do qual deriva um catálogo de periódicos científicos e técnicos com cerca de 4.800 títulos. “Existem também catálogos de periódicos de áreas temáticas, como os catálogos de periódicos em ciências da saúde operados pela National Library of Medicine dos Estados Unidos e pela Bireme/Opas/OMS” (PACKER, 2011).

4 A REVISTA *COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO*

4.1 História, dados e funcionamento

A revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, que se insere entre os periódicos científicos on-line considerados de maior qualidade no Brasil, teve sua primeira edição publicada em 2004, sob as editorias das professoras Tânia Hoff e Gisela Castro e do professor João Carrascoza, que juntos formataram a primeira edição da revista no mês de maio daquele ano, em versão impressa, com previsão de periodicidade quadrimestral.

Em 2014 a revista começou a ser publicada apenas em versão on-line, e passou a ser editada pelos professores Denise Cogo e Vander Casaqui. Atualmente, a revista CMC publicada na versão digital e avaliada como Qualis A2, tem como linha editorial a abordagem de temas relevantes do campo da Comunicação, como processo e prática sociocultural complexa.

Para serem publicados, os artigos devem ser fundamentados, mobilizando diferentes autores de uma dada vertente teórica de modo a desenvolver uma reflexão crítica sobre a temática abordada. Em caso de trabalhos empíricos, além da contextualização e da etapa descritiva do material, os editores privilegiam artigos que apresentem uma análise teórico-interpretativa dos aspectos observados no corpus.

A revista aceita textos de autores titulados como doutores, ou de doutorando e mestrando em coautoria com doutores, e trabalha em um sistema de fluxo contínuo. Para realizar a análise da *Comunicação, Mídia e Consumo*, em primeiro lugar, coletamos os exemplares das revistas no site da ESPM. Depois fizemos uma pesquisa bibliográfica de estudos acadêmicos sobre as revistas científicas, na qual encontramos trabalhos significativos das pesquisadoras Raquel Castedo, Ana Gruszynski, e Cida Golin².

Após a leitura das pesquisas, iniciamos a observação de um conjunto de elementos característicos de revistas científicas, ou seja, os elementos que compõem o produto editorial. Esses elementos se diferenciam pela organização, disponibilização na internet e qualidade, principalmente no tocante à disponibilidade.

Observamos a priori que o site disponibiliza o conteúdo completo da revista apenas nas edições mais recentes, mas contém todos os contatos eletrônicos para consulta. Os títulos trazem os endereços eletrônicos pessoais dos autores e editores.

A *Comunicação, Mídia e Consumo* é um trabalho editorial remunerado com fontes próprias de apoio e patrocínio, de forma que, de acordo com observações das pesquisadoras já citadas, a acumulação de capital científico se mostra como uma forma de compensação.

Os dados sobre a gestão política editorial se apresentam no site e nas publicações. Embora haja um expediente extenso, há falta de informações sobre membros da comissão executiva e editores responsáveis no site oficial da revista. Os nomes aparecem apenas na página do site institucional da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Diante disso, o internauta precisa recorrer a vários endereços se quiser obter dados completos sobre uma única publicação. Em alguns títulos, há carência de outros dados fundamentais, como avaliadores, área do conhecimento abrangida pela revista, missão, originalidade dos artigos publicados, seções para submissão de contribuições e regimes de direitos autorais.

² Ana Cláudia Gruszynski - Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Cida Golin - Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS.

Raquel Castedo - Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS.

As informações acerca da circulação dos títulos se mostra incompleta no que se refere à repetição de elementos que poderia ser padronizada em todas as revistas. Uma parte está disponível para download da edição completa, outra parte disponibiliza apenas os títulos individualmente. Ao observar as informações das edições mais antigas com as atuais, a disponibilização pode ser constatada.

A pesquisadora Raquel Castedo tem uma pesquisa que trata de revistas científicas, entre elas a revista *Comunicação, Mídia e Consumo*. Em sua pesquisa, ela pontua que a cada edição a disponibilidade de informações disponíveis melhora.

Comparando as informações presentes nos fascículos das edições mais antigas em relação às atuais, percebeu-se um crescimento na quantidade de informações disponíveis sobre cada edição. Porém, falta ainda nas edições atuais das informações do expediente com o registro das equipes que trabalham em cada número surge como um dos principais problemas, uma vez que a memória dos títulos fica comprometida (CASTEDO, 2008, p. 135).

Raquel Castedo identificou um aumento do número de elementos em seis dos sete títulos que tiveram edições antigas e recentes analisadas. De acordo com a autora, as principais informações incluídas foram filiação, currículo dos autores, contato dos autores, resumo dos textos e legenda bibliográfica.

Na revista CMC, apesar de algumas mudanças serem vistas como influência dos avanços tecnológicos na produção, essas mudanças não aparecem em todas as edições. Além disso, o texto linear é um recurso usado na maioria das edições.

De acordo com o próprio site da ESPM, a *Comunicação, Mídia e Consumo* tem como missão promover a discussão acadêmica relacionada ao campo da Comunicação Social, articulando os estudos de mídia – os meios de comunicação, suas lógicas de produção e processos de recepção – e os estudos do consumo, entendido como prática sociocultural definidora da cena contemporânea. Editada desde 2004 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM de São Paulo, publica produção acadêmica de excelência, nacional e internacional. Produzida em versão digital, a revista segue o princípio da democratização do conhecimento científico incentivando o acesso público, imediato e livre a todo o seu conteúdo. A revista não cobra taxas para receber, avaliar ou publicar trabalhos.

Figura 1 - Políticas de Seção da Revista *Comunicação, Mídia e Consumo*

POLÍTICAS DE SEÇÃO

ARTIGOS

Política padrão de seção

☒ Submissões abertas

☒ Indexado

☒ Avaliado pelos pares

DOSSIÊ

☒ Submissões abertas

☒ Indexado

☐ Avaliado pelos pares

ENTREVISTA

☒ Submissões abertas

☒ Indexado

☒ Avaliado pelos pares

RESENHA

☒ Submissões abertas

☒ Indexado

☒ Avaliado pelos pares

EDITORIAL

☐ Submissões abertas

☒ Indexado

☐ Avaliado pelos pares

(Fonte: Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM)

Com relação ao processo de avaliação pelos pares, a revista utiliza procedimentos de avaliação e comitê de ética e alversação. Todos os textos submetidos à revista passam por um processo de desk review que compreende dois procedimentos básicos: em uma primeira triagem, verifica-se o cumprimento dos requisitos formais estabelecidos nas normas de submissão da revista; na sequência, procede-se a verificação de plágio por meio de software específico, SafeAssign. Uma vez aceito em primeira instância, sem identificação de autoria, o texto passa por duas avaliações feitas por membros do Conselho Técnico-Científico e/ou pareceristas. Em caso de divergência de pareceres, o trabalho é submetido a um terceiro avaliador.

O resultado da avaliação é comunicado ao(s) autor(es), acompanhado de uma síntese dos pareceres. A decisão final sobre a publicação é de responsabilidade da Coordenação Editorial. Na eventualidade de suspeita de plágio ou malversação referente a artigo publicado na revista, o Comitê de Ética em Pesquisa da ESPM será acionado para referendar a deliberação dos editores, anteriormente encaminhada à coordenação do PPGCOM e apreciada pelo colegiado do Programa, ou sugerir procedimento que melhor responda à situação que porventura tenha ocorrido.

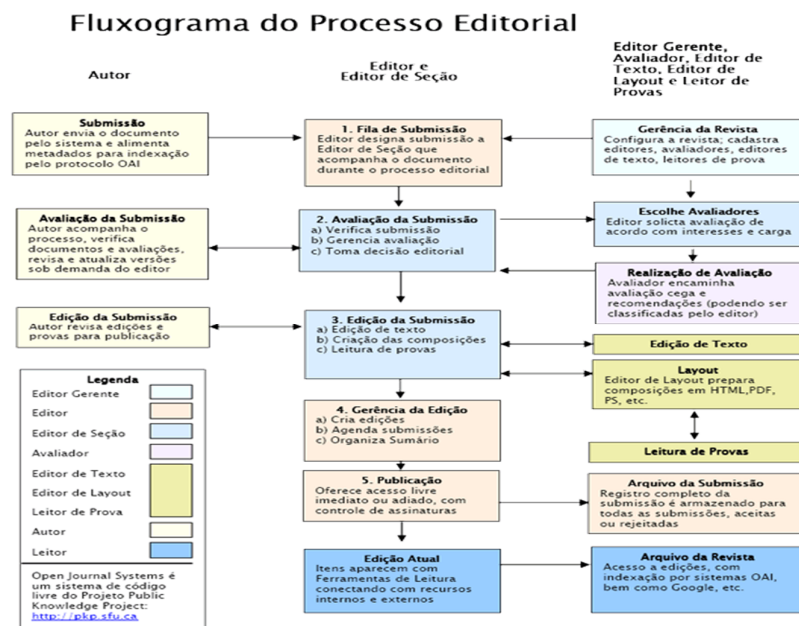
No que se refere à Política de Acesso Livre, a CMC oferece acesso livre imediato ao

seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.

Sobre o sistema de arquivamento, a revista utiliza o sistema LOCKSS para criar um sistema de arquivo distribuído entre as bibliotecas participantes e permite às mesmas criar arquivos permanentes da revista para a preservação e restauração, que é baseado na Stanford University Libraries.

The LOCKSS Program, based at Stanford University Libraries, provides libraries and publishers with award-winning, low-cost, open source digital preservation tools to preserve and provide access to persistent and authoritative digital content. Librarians need to know that the digital content they acquire today will not disappear when they cancel subscriptions, and that their electronic collections can be preserved and accessed by readers far into the future. Publishers need to know that the integrity of their web-based content will remain unchanged and available in perpetuity—even if their own website is no longer available. The LOCKSS Program was formed by the library community in response to these needs and concerns (Disponível em: <<http://lockss.org/>>).

Figura 2 – Fluxograma Editorial - Revista Comunicação, Mídia e Consumo



(Fonte: Escola Superior de Propaganda e Marketing)

As traduções são feitas por Fabiana Ribeiro do Nascimento.

Assessoria:

A revista conta com uma assessoria editorial terceirizada que é feita pela empresa:

E-papers Serviços Editoriais Ltda

Diretrizes para Autores e normas de publicação:

1. A revista *Comunicação, Mídia e Consumo* aceita trabalhos originais e inéditos (de autoria individual ou coletiva), em fluxo contínuo, de autores titulados como doutores, sob a forma de artigos científicos, entrevistas e resenhas ligadas à área da Comunicação. Doutorandos, mestres e mestrandos somente podem submeter textos em co-autoria com doutores. Em casos excepcionais, a revista avalia submissões de textos já publicados que tenham sido traduzidos para outro idioma distinto do original.

2. Os trabalhos podem ser enviados em um dos três idiomas: português, espanhol e inglês.

3. Ao inscrever seu texto, o autor deve retirar seu nome e possíveis alusões de identificação, tendo em vista o objetivo de assegurar a avaliação cega por pares (double blind peer review). Limpar inclusive o campo “Propriedades do autor”.

3.1. Em casos de autocitação, os autores do manuscrito deverão substituir o “Nome do autor” pela palavra.

“Autor”, excluindo o título da obra. O mesmo procedimento deverá ser adotado nas referências bibliográficas.

3.2. O resumo da biografia do autor e dos co-autores deve ser informado apenas no formulário de submissão. No preenchimento do formulário, devem constar afiliação institucional e titulação. A filiação deve conter: a principal instituição a qual o autor está vinculado; nome do programa de pós-graduação; faculdade e departamento. Na titulação, informar a qualificação acadêmica de maior valor do autor, e a instituição que concedeu. No caso de alunos doutorandos e mestrandos, informar o nível que cursam e a instituição a qual estão vinculados.

4. Todos os textos submetidos à revista passam por um processo de desk review que compreende dois procedimentos básicos: em uma primeira triagem, verifica-se o cumprimento dos requisitos formais estabelecidos nas normas de submissão da revista *Comunicação, Mídia e Consumo*; na sequência, procede-se a verificação de plágio por meio de software específico, SafeAssign. No caso de identificação de plágio ou outro tipo de discordância com as normas, o trabalho é recusado e o(s) autor(es) devidamente informado(s).

Uma vez aceito em primeira instância, sem identificação de autoria, o texto passa por duas avaliações feitas por membros do Conselho Técnico-Científico e/ou pareceristas ad hoc. Em caso de divergência de pareceres, o trabalho é submetido a um terceiro avaliador. O resultado da avaliação é comunicado ao(s) autor(es), acompanhado de uma síntese dos pareceres. A decisão final sobre a publicação é de responsabilidade da Coordenação Editorial.

5. Os autores são responsáveis pelo conteúdo dos artigos, entrevistas e resenhas, inclusive do ponto de vista ético, da originalidade do texto e dos direitos de imagem. Devem também assegurar que o trabalho não está sendo avaliado por outra revista.

5. Um autor que tenha tido texto publicado na revista deve considerar um intervalo de 12 meses a contar da publicação do artigo para realizar nova submissão à revista.

6. Em caso do trabalho ser aprovado para publicação, o autor assinará termo de cessão de direitos autorais à revista.

Normas para apresentação dos originais:

1. O autor deverá enviar o trabalho em arquivo digital (Microsoft Word, OpenOffice ou RTF, desde que não ultrapasse 2MB), em fonte Times New Roman, formato A4, corpo 12, com entrelinhas de 1,5, em submissão ao sistema SEER da revista *Comunicação, Mídia e Consumo*.

2. São aceitos textos em português, inglês e espanhol.

3. Os originais devem ser encaminhados em arquivo digital e deverão constar os itens a seguir, respeitando-se esta ordem: Título, resumo e palavras-chave em português e em inglês. Caso o texto seja escrito originalmente em inglês ou espanhol, esses itens devem ser apresentados em um dos outros três idiomas aceitos pela revista.

- Títulos e subtítulos curtos.
- O resumo deve ter no máximo dez linhas.
- Palavras-chave, de três a cinco, separadas por ponto e vírgula e sem ponto final.
- Citações e referências devem ser elaboradas seguindo as mais recentes normas da ABNT.

Quanto às normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

Artigos: textos com dimensão entre 25 a 40 mil caracteres, contendo análise, reflexão e conclusão sobre temas acadêmicos. Títulos e subtítulos curtos. Notas de rodapé, apenas as indispensáveis, observando a extensão máxima de três (3) linhas. Não serão aceitas notas que contenham apenas referências. Estas deverão estar listadas, ao final do texto, no item 'Referências'. Não serão aceitos anexos e glossários.

A quantidade de caracteres (25 a 40 mil caracteres) contempla título, resumo nos dois idiomas solicitados, corpo do texto e referências bibliográficas. Na totalização dos caracteres, será considerado o recurso de contagem de palavras do software word, a considerar: caracteres (com espaço) incluindo caixas de texto, notas de rodapé e notas de fim.

Caso haja imagens, indicar no corpo do texto o local de inserção e enviá-las em arquivo separado. As imagens devem ser apresentadas em alta resolução (300 dpi – em jpg ou tif) e largura mínima de 10 cm (altura proporcional).

Entrevistas: textos com dimensão entre 4.200 a 7.000 mil caracteres, contendo breve contextualização sobre o entrevistado, cujos estudos sejam relevantes para a área da Comunicação e suas articulações com a mídia e o consumo.

Resenhas: textos com dimensão entre três 4.200 a 7.000 mil caracteres, contendo o registro e a crítica de livros e teses.

Condições - Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

Sobre Declaração de Direito Autoral:

Em caso do trabalho se aprovado para publicação, o autor assinará termo Cessão de Direitos Autorais à revista (versão impressa e online), conforme o formulário para download.

Sobre Política de Privacidade:

Os nomes e endereços informados na revista são usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou a terceiros.

Patrocínio da revista:

A revista é bancada pela própria Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Sistema de publicação:

A revista usa o Open Journal Systems (OJS 2.4.8.0), sistema de código livre gratuito para a administração e a publicação de revistas, desenvolvido com suporte e distribuição pelo Public Knowledge Project sob a licença GNU General Public License. (figura2)

Quanto ao Diretório e Indexadores, são os que se seguem:

Portal de Periódicos da CAPES: <<http://www.periodicos.capes.gov.br>>

Revcom: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas>>

CENGAGE Learning: <<http://www.gale.cengage.com>>

Diadorim: <<http://diadorim.ibict.br>>

DOAJ: <<http://www.doaj.org>>

EBSCO: <<http://www.ebscohost.com>>

Latindex: <<http://www.latindex.org/latindex/inicio>>

Livre: <<http://www.cnen.gov.br/>>

Sumários.org: <<http://www.sumarios.org>>

Ficha técnica da Revista *Comunicação, Mídia e Consumo*:

ESPM - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo

ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing

Rua: Dr. Álvaro Alvim, 123 - CEP: 04018-010

Vila Mariana -São Paulo - Brasil

Telefone: 55 11 5085-6663

Telefone: 55 11 5085-6663

E-mail: revistacmc@espm.br

Denise Cogo

Telefone: (11) 5085-6663

E-mail: revistacmc@espm.br

Editores:

Denise Cogo, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, São Paulo, SP, Brasil e

Vander Casaqui, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, São Paulo, SP, Brasil

Sobre os editores:

Prof. Dr. Vander Casaqui - Possui graduação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero (1994), mestrado (2000) e doutorado (2005) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Realizou estágio de pós-doutoramento na FCSH-UNL - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (2013), financiado com bolsa CAPES. Desde 2007 é docente da ESPM, atuando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, onde atualmente desenvolve e orienta pesquisas sobre as narrativas relacionadas à cultura

empreendedora e os discursos do campo do empreendedorismo e do empreendedorismo social. Líder do Grupo de Pesquisa CNPq INSPIRATIO - Comunicação, Cultura Empreendedora e Consumo, desde 2015. Pesquisador associado ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho - CPCT - ECA-USP. 1o. Coordenador do Encontro de Grupos de Trabalho do COMUNICON-ESPM (2011-2013). Vice-Coordenador do GT Comunicação e Sociabilidade do Encontro da Compós (2015-2017). Vice-coordenador do GT Discurso y Comunicación do ALAIC (2011 a 2016). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase nas suas intersecções com o Consumo, atuando principalmente nos seguintes temas: Comunicação e Consumo; Cultura Empreendedora; Cultura da Inspiração; Empreendedorismo; Empreendedorismo Social; Comunicação e Trabalho; Publicidade e Propaganda; Estratégias de Publicização; Análise do Discurso; Ethos Publicitário; Estudos de Linguagem; Dialogismo.

Profª. Dra. Denise Cogo - Professora titular e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP (Escola Superior de Propaganda e Marketing), onde coordena o grupo de pesquisa Interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo e atua como editora da Revista Comunicação Mídia e Consumo, avaliada como A2 no Qualis Capes. É pesquisadora 1D do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). É pesquisadora associada do Instituto de la Comunicación da Universidade Autônoma de Barcelona (InCom-UAB), onde atua como co-coordenadora da linha hispano-lusófona de obras de Comunicação no âmbito da Coleção Atlântica de Comunicación do editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Realizou pós-doutorado na Universidade Autônoma de Barcelona (2007-2008), onde atuou como professora visitante no Departamento de Publicidad y Comunicación (2003-2008) e como co-orientadora de teses de doutorado (2010-2013). Foi professora titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos-RS) entre 2000 e 2013. É consultora da CAPES e do CNPq. Integrou, como membro permanente, o Comitê Assessor da Área 5 da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul) de 2005 a 2009, e de 2009 a 2013, como consultor ad-hoc. Integrou a comissão de avaliação de Cursos de Pós-Graduação em Comunicação da Área de Ciências Sociais Aplicadas da CAPES no período 2001-2002. Coordenou, entre 2001 e 2006, o Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Foi coordenadora, entre 2004 e 2008, do Programa Acadêmico de Cooperação Internacional Brasil-Espanha (Unisinos-UAB) sobre mídia, interculturalidade de

migrações transnacionais, financiado pela CAPES (Brasil) e Ministerio de Educación y Ciencia (Espanha). Foi uma das fundadoras e coordenadora (2011-2012) do GT Comunicação e Cidadania da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Exerceu a coordenação-adjunta do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos entre 2002 e 2003. Foi editora da Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos no período 2008-2013. Foi vice-coordenadora (2011-2014) e coordenadora (2015-2016) do GT Estudios de Recepción da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Atua na área de Comunicação, com ênfase nas interfaces entre comunicação, mídia, interculturalidade, consumo, recepção, migrações transnacionais, movimentos sociais, redes sociocomunicativas e cidadania.

4.2 O consumo como área de estudo

Os estudos do consumo estão ligados, ao longo da história, à economia, administração e antropologia, todavia, mais recentemente tem-se notado registros de grupo de estudos e congressos na área da Comunicação. Mesmo diante dessa constatação, seria impossível abordar esse tema sem citar as outras áreas. Se considerarmos a Revolução Industrial como o marco do capitalismo, poderíamos dizer que, há pelo menos quatro séculos, a comunicação está inserida nesse sistema econômico no qual acima do dinheiro, o consumo é a moeda de sobrevivência.

Após essa reflexão, começamos a nos debruçar sobre o que de fato vem sendo estudado sobre o consumo e nos deparamos com autores que tratam o assunto. Nauman (2007) e McCracken (2003) afirmam que o consumo ainda carece de novas perspectivas de estudos.

Há que se reconhecer que ciências mais consolidadas como a economia e administração já exploram o tema com certa consistência. Contudo, a comunicação ainda necessita de olhares que a relacionem com o consumo. Tal fato é compreensível uma vez que os estudos da comunicação no Brasil recém completaram seus cinquenta anos. É preciso deixar claro que não é uma área menos importante de ser relacionada com o consumo, visto que consumimos não só a comunicação como também por meio dela.

Ao buscarmos os estudos que mesclam essas duas temáticas, encontramos centralizados nas teorias administrativas e econômicas, o que se acontece pelo cenário já mencionado. Consultamos os autores Castro (2009), Silverstone (1999) e McCracken (2003).

Feito isso, passamos a identificar a produção acadêmica sobre a temática.

Em conversas recentes com acadêmicos, percebemos que existe uma resistência sobre o tema do consumo, como se fosse errado bem como necessário falar apenas do social. Não podemos nos esquecer de que toda a sociedade, de alguma forma, é consumista, mesmo que estejamos fazendo essa afirmação de modo genérico.

No dicionário Ridel (2003, p.101), o consumo é explicado como “ato ou efeito de consumir, gasto, extração de mercadorias, aplicação das riquezas na satisfação das necessidades econômicas do homem; aproveitamento de produtos”. O verbo do qual designa é definido como “gastar, absorver, destruir”. A partir daí já se começa a compreender essa visão negativa a respeito dos estudos do consumo.

Além da conotação negativa ainda há um silenciamento dos termos. Em “Vida para o consumo”, o sociólogo Bauman cita um estudo feito por Trentmann que diagnosticou a ausência do termo “consumidor” nas pesquisas dos pensadores modernos. Para Bauman, o consumo quando aparece nos textos é exposto como: “Um personagem marginal e um tanto excêntrico, apenas obliquamente relevante para a corrente principal da economia, e menos ainda para a totalidade da vida cotidiana. Não ocorreu nenhuma mudança radical a esse respeito durante o ano seguinte” (BAUMAN, 2007, p. 71).

Segundo o autor, no século XVIII não houve nenhum avanço científico significativo sobre consumo. Na visão de Bauman (2007, p. 72), a próxima conquista foi em 1910, quando “a 11ª edição da Enciclopédia Britânica só achou necessário um curto verbete sobre consumo, definindo como desperdício no sentido físico ou como um termo técnico de economia referente à destruição de empresas públicas”.

Nessa mesma lógica, Silverstone (1999, p. 150-151) aponta que “o consumo foi totalmente ignorado, pelo menos até pouco tempo, na literatura ou, quando é debatido, é condenado ou como periférico às coisas da vida real ou como imoral”.

Por outro lado, mesmo com a crítica à escassez dos estudos focados no consumo, não podemos negar que autores vêm tentando compreendê-lo por várias perspectivas, da antropológica à econômica, da filosófica à psicológica ou, ainda, da sociológica à cultural. Veblen (1983), por exemplo, foi um dos pioneiros ao falar da temática e abordou o consumo fugindo da lógica utilitarista e tratando-o como conspícuo, mostrou seu caráter de ostentação.

Segundo o autor, “para obter e conservar a consideração alheia não é bastante que o homem tenha simplesmente riqueza ou poder. É preciso que ele patenteie tal riqueza ou poder aos olhos de todos, porque sem prova patente não lhe dão os outros tal consideração” (VEBLEN, 1983, p. 22).

Em parte, Baudrillard busca discutir como isso muda as relações sociais, assim como não deixa de discutir o consumo no cotidiano e a obsolescência programada em que vivemos. Para o autor, “em toda a parte se toca num ponto em que a dinâmica do crescimento e da abundância se mostra circular, e começa a girar sobre si mesma, e em que o sistema se esgota, de modo progressivo, na sua reprodução. Limiar de patinagem, onde todo o aumento de produtividade passa a alimentar as condições de sobrevivência do sistema” (BAUDRILLARD, 2009, p. 34).

A crítica de Baudrillard está focada na consumição, em afirmar um desperdício e um excesso de consumo que levam a sociedade e o indivíduo a acreditarem que viver é consumir. Em cima desse prazer imaginado que o consumo oferta, Campbell propõe uma discussão e cria o termo “hedonismo imaginário” e, afastando-se da concepção mais materialista que tanto Veblen quanto Baudrillard disfrutam.

A ideia de que os consumidores contemporâneos têm um desejo insaciável de adquirir objetos representa um sério mal-entendido sobre o mecanismo que impele as pessoas a querer os bens. Sua motivação básica é o desejo de experimentar na realidade os dramas agradáveis de que já desfrutaram na imaginação (CAMPBELL, 2001, p. 131).

Desta forma, Campbell aponta que o consumo se dá na emoção e no prazer, mesmo que imaginado. Silverstone (1999, p. 156) afirma que “a mídia é o instrumento para nos persuadir a aumentar o nível e a intensidade de nossas atividades de consumo”.

No âmbito da comunicação e do consumo, vislumbra-se a perspectiva de que consumir produz significados. McCracken (2003, p. 101) reitera que “a localização original do significado que reside nos bens é o ‘mundo culturalmente constituído’”.

O sistema de consumo supre os indivíduos com os materiais culturais necessários à realização de suas ideias do que é ser um homem ou uma mulher, uma pessoa de meia idade ou um idoso, um pai, um cidadão ou um profissional. Todas essas noções culturais estão concretizadas nos bens, e é através de sua posse e uso que o indivíduo as assimila em sua própria vida (MCCRACKEN, 2003, p. 119).

É importante destacar que o principal diferencial do autor ao discutir comunicação, consumo e cultura está na ênfase de que os significados dos bens não são estáticos, assim como a cultura também não é. Um exemplo clássico é o cigarro. Consumir cigarro hoje não significa o mesmo que consumi-lo há 30 anos. Para Bauman, essa mudança de significado do consumo e a busca por consumir sempre o que está em destaque fazem dos próprios consumidores mercadorias.

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade dos consumidores (mesmo que raras vezes declarado com tantas palavras e ainda com menos frequência debatido em público) não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: elevar a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis. É, em última instância, por essa razão que passar no teste do consumidor é condição inegociável para a admissão na sociedade que foi remodelada à semelhança do mercado (BAUMAN, 2007, p.76).

Orientado por uma lógica econômica, o consumir produz significados. Para Carvalho (2013, p. 236), a sociedade contemporânea “[...] permite ao indivíduo se afirmar como um cidadão por meio da prática do consumo desses bens materiais e simbólicos. A própria escolha pelo consumo de um bem define parte da identidade do cidadão enquanto consumidor”. E Silverstone (1999, p. 151) contribui ao expor que o consumo permite externar significados, “o consumo implica uma exteriorização. O jogo da fantasia. A exibição da identidade”.

De acordo com Castro (2009, p. 3), o consumo deve ser interpretado “como uma ação simbólica que ultrapassa um mero exercício de gostos, caprichos ou adesões irrefletidas, mas que implica em todo um conjunto de processos e fenômenos socioculturais complexos, mutáveis, através dos quais se realizam a apropriação e os diferentes usos de produtos e serviços”. É nesse jogo de construção de sentido que Silverstone (1999) também contribui ao interpretar o consumo como uma mediação.

Se reconhecermos a perspectiva cultural que o consumo tem, também deduzimos que ele faz parte da construção e reconstrução do imaginário, uma vez que ele ocupa importante papel na sociedade e media relações e identidades. Consumo hoje é pertencimento – comunidades são criadas pelo que se tem em comum.

Para Cunha (2013, p. 38), “a noção de imaginário surge em relação a tudo que se aprende visualmente do mundo e é elaborado coletivamente. Desse modo o imaginário diz respeito às expressões culturais e se modifica na configuração da identidade que cada cultura produz e sustenta como sua”.

Quando entendemos que os produtos possuem significados culturais, reconhecemos que esses sentidos são produzidos culturalmente e alimentam e são alimentados pelo imaginário. Nesse entendimento, tudo é constituído naturalmente por um sistema cultural, porque o sistema cultural em que vivemos é permeado por hierarquias, interesses e desigualdades.

Estudos poderiam ser mais aprofundados. Everardo Rocha questiona por qual motivo o consumo, que exerce fundamental papel na sociedade, ainda não se tornou alvo de pesquisas

sistemáticas. Além disso, o autor diagnostica que os estudos sobre o consumo estão pautados em quatro perspectivas: “gostaria de chamá-las de hedonista, moralista, naturalista e utilitária. Elas podem às vezes aparecer sozinhas ou combinadas de diversas maneiras, não se excluem mutuamente e podem se alternar no discurso” (ROCHA, 2005, p. 125).

Expomos formas de abordagem do consumo, mas há ainda muitas possibilidades. Hall, por exemplo, não foi mencionado e pode contribuir para os estudos do consumo, comunicação e identidade, assim como Kellner pode contribuir com as discussões sobre a sociedade do espetáculo, na qual a mídia é protagonista e interfere no consumo.

Podemos entender que as mudanças ocorridas na tecnologia nos últimos tempos(novas formas de linguagem e novas mídias)trouxeram uma gama de pontos que podem ser relacionados na discussão entre consumo e comunicação.Santomé descreve os efeitos das novas tecnologias de comunicação:

Essas novas tecnologias afetarão todas as atividades humanas: trabalho, saúde, educação, lazer e tempo livre, relações dos sujeitos entre si e com as administrações públicas etc. Mudando radicalmente a organização das empresas e instituições, bem como os produtos, serviços, emprego, qualidade de vida, etc. (SANTOMÉ, 1998, p. 89).

Nesse sentido, Bessa expõe que:

A globalização tem contribuído para modificações sociais, e os próprios processos de globalização que trouxeram grandes mudanças sociais e econômicas, criando novas formas e padrões de consumo, inverteram os valores sociais, em especial nas últimas décadas, apelando diretamente para a satisfação pessoal, o hedonismo, alterando inclusive o conceito de cidadania (BESSA, 2011, p. 123).

Para a autora, o consumo como área de estudo não pode ser relegado à indiferença ou colocado em segundo plano, uma vez que sua importância tanto é ideológica quanto prática no mundo atual, fazendo parte do cotidiano desde o dia que em que nascemos, podendo “atuar como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais e definem mapas culturais” (BESSA, 2011, p. 61).

O consumo pode ser entendido a partir dos estudos de Morin (1977), quando afirma que se percebe uma de suas fases de intenção no século XX, efetivamente nos anos 1960, por meio de uma transformação da configuração cultural, que veio afetar as culturas de massa. Segundo o autor, a cultura de massas “constitui um corpo simbólico, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas” (MORIN, 1977, p. 15).

Ela se acrescenta à cultura nacional, à cultura humanista, à cultura religiosa, e entra em concorrência com essas culturas. Na cultura de massa, “todo sistema industrial tende ao crescimento, e toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é de máximo consumo” (Ibid., p. 35).

Segundo Barbosa e Campbell (2006, p. 22), “os estudos sobre consumo ocupam hoje posição de relevância nas ciências sociais e nos estudos históricos”. As autoras salientam que:

Do ponto de vista empírico, toda e qualquer sociedade faz uso do universo material a sua volta para se reproduzir física e socialmente. [...] Os mesmos objetos, bens e serviços que matam nossa fome, nos abrigam do tempo, saciam nossa sede, entre outras necessidades físicas e biológicas, são consumidos no sentido do esgotamento, e utilizados também para mediar nossas relações sociais, nos conferir status, construir identidades e estabelecer fronteiras entre grupos e pessoas. [...] O uso, a fruição e a resignificação de bens e serviços percebidos como experiências culturais ontologicamente distintas, foram agrupados sob o rótulo de “consumo” e passando a ser interpretadas por esse ângulo, pois, ao “customizarmos” uma roupa, ao adotarmos determinado tipo de dieta alimentar, ao ouvirmos determinada música, podemos estar tanto “consumindo”, no sentido de uma experiência, quanto “construindo”, por meio de produtos, uma determinada identidade, ou ainda nos “autodescobrindo” ou “resistindo” ao avanço do consumismo em nossas vidas, como sugerem os teóricos dos estudos culturais (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 23).

Segundo Baudrillard (2007, p. 13), à nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando como uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana. Para falar com propriedade, os homens na opulência não se encontravam rodeados, como sempre acontecera, por outros homens, mas mais por objetos. Daí que:

O conjunto das suas relações sociais já não é tanto o laço com os seus semelhantes quanto, no plano estatístico segundo uma curva ascendente, a recepção e a manipulação de bens e de mensagens, desde a organização doméstica muito complexa e com suas dezenas de escravos técnicos até ao “mobiliário urbano” e toda a maquinaria material das comunicações e das atividades profissionais, até o espetáculo permanente da celebração do objeto da publicidade e as centenas de mensagens diárias emitidas pelos mass media [...] (BAUDRILLARD, 2007, p. 13).

Ainda em Baudrillard, descobre-se que os objetos jamais se oferecem ao consumo na desordem absoluta.

Em determinados casos, procuram imitar a desordem, para melhor seduzir, ordenando-se sempre, no entanto, para abrir vias diretoras, para orientar o impulso de como os feixes de objetos, encaminhando e levando dentro da própria lógica, até ao máximo investimento e aos limites do respectivo potencial econômico. Os vestidos, os aparelhos, os produtos de beleza compõem assim as fileiras de objetos, suscitando ao consumidor constrangimentos de inércia: de maneira lógica, encaminhar-se á de objeto para objeto [...]. Outro aspecto característico é o seu desenfreado e irrestrito

individualismo. A ênfase está no direito dos indivíduos de, por si mesmos, escolher que produtos e serviços consumirem. Enquanto as necessidades são objetivamente estabelecidas, as vontades só podem ser identificadas subjetivamente. Este tipo de consumo é inteiramente individualista. Tem mais a ver com os sentimentos e emoção, do que com a razão e calculismo (BAUDRILLARD, 2007, p. 13).

Baudrillard (1995), citado por Campos e Souza (2003), esclarece que não é o consumo que se organiza em torno das diferenças individuais, mas sim estas que vão assumindo a forma de personalização e que se organizam em torno de modelos comunicados pelo sistema de consumo. Para ele, existe inicialmente a lógica da diferenciação social e, depois, a manifestação organizada das diferenças individuais.

Com isso, o sistema promove a anulação das diferenças “reais” e transforma as pessoas em seres contraditórios através da produção industrial da diferença. Em suma, o que prepondera é a ilusão de que podemos realizar escolhas autênticas, pois de fato, todas as escolhas já estão previstas no sistema.

O processo de construção da identidade na cultura do consumo apresenta-se como cambiante, fluido, fragmentado e parcial. Objetos e mercadorias são usados para demarcar as relações sociais e determinam estilos de vida, posição social, além da maneira de as pessoas interagirem socialmente.

Bock, Furtado e Teixeira (2001) descrevem o poder das propagandas no subconsciente: a sutileza dos comerciais ao apresentar um mundo idílico, perfeito, sem contradições, associando o produto ou serviço a essa atmosfera radiante e perfeita. Ao mesmo tempo, cuidam de produzir alguma verossimilhança com a realidade para que as pessoas não se sintam distantes deste mundo que pode ser alcançado. É nesse momento que nossa subjetividade é capturada. Essa captura se dá de uma forma muito sutil e, geralmente, fica muito difícil opor resistência a ela.

Constata-se que, para alcançar o consumidor adolescente, a mídia desenvolve técnicas e pesquisas dos diversos grupos sociais, não apenas sob a questão da imagem do jovem, mas obedecendo ao conjunto de sua estética (pensamento, atitude, desejos, conceitos e pré-conceitos, tabus e angústias), desde o aspecto da psique até a perspectiva de possível e desejável de realização pessoal e profissional. Com este conjunto de informações, é montado um plano de abordagem que estuda e dispõem imagens, cores, sons, movimentos e demonstração de produtos a serem introduzidos na sociedade jovem de consumo.

A Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), da qual retiramos o objeto empírico de nossa pesquisa, conta com grupo de pesquisa cadastrado no CNPq e vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ESPM, São Paulo, intitulado 'Subjetividade, comunicação e consumo', que iniciou suas atividades em março de 2015.

As informações são do Memorial do Consumo, idealizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da instituição, que é uma plataforma digital interativa que tem como foco a interface Comunicação e Consumo em diversas perspectivas e linguagens.

Sob a Coordenação da Professora Dr^a. Tânia Márcia Cezar Hoff, o Memorial tem dentre seus objetivos a consolidação de parcerias nacionais e internacionais que viabilizem a participação desse grupo junto a editais públicos de fomento à pesquisa. Enquanto se dedicam a leituras e discussões sobre temáticas relacionadas aos diversos modos de imbricação da comunicação e do consumo na produção de subjetividades no contemporâneo, seus pesquisadores promovem reflexões que visam constituir o arcabouço teórico-conceitual que alicerça seus projetos individuais de pesquisa, nos quais se incluem três doutorados, quatro mestrados e um projeto final de graduação em andamento, bem como outras produções elaboradas conjuntamente em caráter colaborativo.

A curadoria do grupo é da Professora Dr^a. Eliza Bachega Casadei. O grupo se reúne quinzenalmente para compartilhar resultados e discutir pontos convergentes de reflexão teórico-crítica sobre a temática das interfaces comunicação, consumo e subjetividade. “A leitura compartilhada de bibliografia comum confere sustentação aos trabalhos do Grupo como um todo. Devido à complexidade das inter-relações propostas em cada linha de pesquisa, privilegia-se a abordagem qualitativa em investigações empíricas ancoradas em densa fundamentação teórica de caráter multi e transdisciplinar” (MEMORIAL DO CONSUMO, 2018).

O grupo de estudos tem, de acordo com o Memorial, procedimentos metodológicos que incluem pesquisa bibliográfica, documental, iconográfica e de campo, com elementos de etnografia virtual, netnografia, monitoramento e análise de produções midiáticas em diferentes suportes, entrevistas com especialistas, dentre outros procedimentos demandados por cada projeto desenvolvido pelos integrantes do grupo.

Dentre as atividades promovidas pelo grupo, destacam-se a organização do GT-6: Comunicação, Consumo e Subjetividade no COMUNICON (Congresso Comunicação e Consumo); Mesas Redondas, Oficinas, palestras e minicursos em nível de extensão e

aprimoramento.

A ementa do grupo é: “Tendo em vista a centralidade dos processos de comunicação e das práticas de consumo na atualidade, entendemos que o estudo das articulações comunicação-consumo como vetores de produção de subjetividades constitui um núcleo temático de grande relevância nos debates acadêmicos sobre o contemporâneo. Este Grupo se pretende um interlocutor qualificado e consistente deste debate, em âmbito nacional e internacional” (ESPM, <http://www.espm.com>)

E, em linhas gerais, problematizam: a) o coaching midiático dos modos de ser e de viver em nossos dias; b) a promoção de estilos de vida ancorados em determinados padrões de consumo; c) a constituição da terceira idade como segmento de consumo; d) a consolidação da juventude como valor a ser exibido em qualquer idade; e e) os modos de endereçamento de práticas comunicacionais e de consumo voltadas para o público mais velho, dentre outros temas.

O pensamento crítico do grupo gira em torno de: a) os modos de endereçamento dos discursos midiáticos; b) a relação entre entretenimento, tecnologias e digitalização da cultura; c) as estratégias de convocação do consumidor conectado às redes digitais de comunicação, sociabilidade e negócios; d) os usos comerciais do conteúdo gerado pelos usuários em sites e serviços de rede social na internet; e) a tematização do envelhecimento e as representações sociais dos mais velhos em circulação nas narrativas midiáticas, no cinema e na publicidade.

O grupo considera que ao privilegiar as articulações comunicação-consumo em suas dimensões simbólicas e materiais, os estudos realizados no âmbito do Grupo de Pesquisa pretendem contribuir para adensar nossa compreensão dos modos de ser e de viver em nossos dias.

Filiado à linha “Estratégias de comunicação e produção de mensagens midiáticas voltadas às práticas de consumo” do PPGCOM ESPM, o grupo de pesquisa tem como objetivo investigar as interconexões comunicação-consumo sob o viés da produção de subjetividades.

Fazem parte da equipe do PPGCOM/ESPM as professoras Eliza Bachega Casadei, Gisela G. S. Castro, os professores João Anzanello Carrascoza e Luiz Peres Neto, e também Maria Aparecida Baccega, Márcia Perencin Tondato, Monica Rebecca Ferrari Nunes, Rose de Melo Rocha, Tânia Márcia Cezar Hoff, Vander Casaqui e Silvia Helena Simões Borelli. Na ementa do grupo consta que para as interconexões com o consumo, os estudos partem de uma concepção ampla da Comunicação, tomando-a em sua dimensão de vínculo social. Considera-se, neste recorte, a centralidade das lógicas de consumo e a complexa estrutura midiática no

contemporâneo.

Com base nesses pressupostos o Grupo tem como objetivo refletir sobre os modos de ser e de viver promovidos pelas diversas instâncias de produção midiática atuais, incluindo o novíssimo campo das redes de comunicação, sociabilidade e negócios, as chamadas redes sociais digitais, estudadas por meio dos seus modos de endereçamento (Ellsworth, 2001) e das estratégias midiáticas que abrigam e ajudam a difundir. Pretende-se constituir um arcabouço teórico-metodológico que contribua para fundamentar e qualificar os debates no campo sobre estas temáticas tão centrais na atualidade.(GRUSCO - Disponível em <https://grusco.wordpress.com>, acesso em 17.06.2018)

Consta no Memorial que um dos objetivos de grupo é a nucleação no GT6 – Comunicação, Consumo e Subjetividade do COMUNICON (Congresso Internacional Comunicação e Consumo) das pesquisas relacionadas com as temáticas do grupo que estejam em desenvolvimento em outras IES. Destaca-se a articulação dos trabalhos desse grupo em redes nacionais e internacionais de pesquisadores, tais como a Rede Obitel, Ibercom, SLAS (Society for Latin American Studies, UK), dentre outras, para fins de intercâmbio e qualificação de trabalhos e dos pesquisadores membros.

O grupo está estruturado em duas linhas de pesquisa, sendo elas: 1) Comunicação, Consumo e Envelhecimento, e 2) Sociabilidade e Consumo na Cultura Digital.

Linha de pesquisa: Comunicação, Consumo, Envelhecimento e Longevidade

Com o envelhecimento populacional mundial, a questão da velhice figura no centro do debate social. Com base nas articulações comunicação-consumo, esta Linha estuda a construção sociocultural da velhice, enfocada para além de seu aspecto etário. No campo da Comunicação, pouca atenção tem sido devotada ao estudo das representações sociais do envelhecimento e aos modos de comparecimento desta temática nas produções midiáticas contemporâneas. O estudo da constituição social dos modos de ser e de atribuir sentido às diferentes etapas do ciclo da vida adquire especial significação quando a terceira idade se transforma em segmento de consumo. Sendo assim, esta linha investiga as interações estabelecidas entre as culturas midiáticas e de consumo, sob o ponto de vista dos sentidos produzidos e em circulação acerca dos processos e dinâmicas atrelados aos valores e discursos sobre o envelhecimento. Afastando-se de uma compreensão da velhice como patamar etário, considera-se o processo de envelhecimento em seus múltiplos e diversificados atravessamentos socioculturais tais como gênero, classe socioeconômica, etnia, perfis psicossociais e de saúde, regionalidades, religiosidades, tecnicidades, filiações ético-estéticas, padrões culturais e de consumo, dentre outros (GRUSCO - Disponível em <https://grusco.wordpress.com>, acesso em 17.06.2018)

Desse modo, o Memorial explica que o grupo se propõe a pensar a constituição de estilos de vida e modelos identitários oferecidos como exemplares em diferentes tipos de

narrativas midiáticas, examinadas em suas características complexas, plurais e por vezes paradoxais. Problematicam-se a constituição da juventude como valor emblemático da atualidade; o imperativo social da aparência juvenil e o ideário ageless nos discursos anti-idade em circulação; as representações sociais do envelhecimento acionadas pela indústria do entretenimento; a função social das celebridades e das mini-celebridades como figuras de mediação das contradições do contemporâneo; a convocação do idoso como consumidor conectado, dentre outros temas de interesse.

Linha de pesquisa: Sociabilidade, Comunicação e Consumo na Cultura Digital

Esta linha investiga as novas formas de acoplamento e hibridização humano-tecnológicas e a grande penetração das redes digitais de comunicação, sociabilidade e negócios e seus modos de endereçamento nos processos de subjetivação e das dinâmicas sociais atuais. Os estudos desenvolvidos pelos pesquisadores que integram essa linha se debruçam sobre as apropriações mercadológicas das interações online; as associações entre as dinâmicas de entretenimento e as lógicas de consumo; as estratégias de convocação do consumidor conectado.

Ao colocar em discussão o senso comum acerca do suposto ‘empoderamento’ do consumidor conectado, os pesquisadores desta linha problematizam o determinismo tecnológico e o caráter dito espontâneo da produção de conteúdo em plataformas digitais, chamando a atenção para a crescente mercadorização das interações nas mais diversas esferas sociais. Desse modo, as estratégias de segmentação e as lógicas de consumo em ação nos bastidores das redes digitais; as transformações nos regimes de atenção; a mobilização afetiva como estratégia de negócios; a mediação cultural dos fãs, amigos, seguidores e novos especialistas online; o consumo de experiências e a monetização das experiências de consumo narradas nas chamadas mídias sociais; a gamificação do cotidiano e a curadoria algorítmica da vida cultural estão entre os temas de interesse de seus integrantes. (GRUSCO - Disponível em <https://grusco.wordpress.com>, acesso em 17.06.2018)

ESPM e o PPGCOM

De acordo com o site institucional da Escola, a ESPM foi criada em 1951 pelo escritor e publicitário Rodolfo Lima Martensen. É considerada uma das escolas mais tradicionais do país, tendo recebido apoios importantes de nomes como Pietro Maria Bardi, fundador do Museu de Arte de São Paulo, e Assis Chateaubriand, magnata do ramo das comunicações.

No registro consta que quando foi criada, em princípio, recebeu o nome da Escola de Propaganda do Museu de Arte de São Paulo, oferecendo o curso de Comunicação Social com

habilitação em Publicidade e Propaganda. Ao longo de sua trajetória, passou a oferecer novos cursos de graduação.

Em 2002, um grupo de professores doutores criou o Núcleo de Pesquisa em Comunicação em Práticas de Consumo, com o objetivo de planejar o PPGCOM ESPM. Dois anos mais tarde, publicou um Caderno de Pesquisa com informações e resultados sobre a relação comunicação e consumo, divulgado para os outros programas de pós-graduação de Comunicação. Assim foi elaborado o PPGCOM, aprovado pela CAPES em sua primeira proposta, em setembro de 2005. A primeira turma teve início em 2006, na unidade da ESPM, em São Paulo (Disponível em: www.espm.br. Acesso em: 02 ago. 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa tem foco nas revistas científicas, mas há que se considerar que, não apenas no que se refere à classificação de revistas científicas, mas da pesquisa em si, há aspectos do Sistema Nacional de Pós-Graduação e de critérios e procedimentos de avaliação que carecem de questionamento.

Observa-se que, embora a produção intelectual não seja o único aspecto levado em consideração no modelo atual de avaliação pós-colonialista, ele é central nos processos de atribuição de notas a programas. Nessa classificação dá-se uma importância enfática à produção de artigos que, embora tenha um peso considerável (35 a 40% da nota segundo a Capes), é necessária uma discussão mais aprofundada sobre o significado de cada tipo de produção intelectual no campo científico considerado.

De acordo com as pesquisas de avaliação, a pesquisa perde a razão de ser se não emprega critérios que possam identificar, efetivamente, o valor de uma publicação ou trabalho para o campo específico. Seria necessário, portanto, definir melhor os critérios de avaliação da produção intelectual.

As diferentes formas de produção intelectual (livros, trabalhos de eventos, trabalhos técnicos e artísticos) podem e devem ser consideradas na avaliação, fundamentadas em princípios e procedimentos explícitos e compartilhados. Sob esta perspectiva, deveriam ser valorizados os mecanismos de discussão ampliada das questões científicas e sua avaliação?

Exemplo disso ocorreu nos Seminários de avaliação, realizados nos anos 2012 e 2013, na Capes. Foram espaços de troca de experiências e criação de consensos que deram maior legitimidade às avaliações realizadas naquele período.

Espera-se, portanto, que os diálogos sejam mantidos para o aprimoramento dos processos de produção de conhecimento no âmbito da pós-graduação, como também de aplicação de critérios justos de avaliação.

Diálogo significa manifestar pontos de vista, debates, negociar para criar consensos. Caberia aos atores das áreas avaliadas entrarem nos debates, de forma ativa. Pergunta-se: a comunidade da Ciência da Informação tem participado ativamente desses debates?

A Capes criou um sistema de classificação de periódicos científicos procurando qualificar a produção dos programas de pós-graduação. Os critérios propostos têm provocado intenso debate e até mesmo divergências na comunidade.

A publicação dos resultados das pesquisas em periódicos científicos busca cumprir uma dupla função: submeter os conhecimentos produzidos ao julgamento dos pares e criar uma comunidade de interesses em torno de determinada área de investigação.

Para cumprir com esses objetivos, os periódicos contam com um sistema adequado de revisão e possibilitam a divulgação ampla dos resultados, facilitando assim a apropriação por outros membros da comunidade.

Assim sendo, os periódicos científicos devem ser classificados adotando essas necessidades. Evidentemente, periódicos indexados em bases que possibilitem acesso mais amplo aos resultados devem ser mais valorizados do que aqueles cujo acesso só será permitido a uma pequena comunidade de assinantes ou de membros de determinadas instituições.

Com relação aos periódicos nacionais e internacionais, aqui surge o primeiro problema relacionado aos critérios atuais, pois a abrangência da divulgação é simplesmente avaliada pelo caráter nacional ou internacional da indexação. O Brasil é um país periférico, no qual se fala e se escreve em uma das línguas mais utilizadas no mundo.

Certamente alguns argumentarão que a construção da ciência se beneficia do diálogo internacional o que de fato se confirma. Mas seria o inverso também verdadeiro? A ciência não se beneficia de um diálogo nacional? Por que qualificar, a priori e sistematicamente, o diálogo externo como mais útil?

De acordo com entrevistas realizadas com professores do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), para a pesquisa estratégica, comprometida imediatamente com a solução de problemas, essa é uma questão crucial. Ao valorizar, quase que exclusivamente a produção destinada ao mercado internacional, a ciência brasileira corre o sério risco de direcionar seus esforços apenas para a solução de problemas dos outros. Para um país com poucos recursos destinados à pesquisa, o direcionamento das investigações para prioridades externas seria uma calamidade.

Outra consequência apontada nas entrevistas é decorrente dessa postura colonizada e se resume ao enfraquecimento das revistas nacionais. Os periódicos científicos, assim como os congressos, seminários e reuniões científicas, desempenham um papel crucial na criação da comunidade de interesses. A perda de expressão dos periódicos nacionais, construídos a duras penas, deixará um vazio difícil de preencher na atividade científica brasileira.

Apesar de todas as dificuldades, o Brasil foi capaz de criar um parque científico e tecnológico importante, caracterizado por formar parcela significativa de seus pesquisadores dentro das próprias fronteiras, financiar com seus próprios recursos parcela não desprezível de sua produção, e absorver, de modo expressivo, os pesquisadores formados no exterior, em comparação a países com situações econômicas semelhantes às nossas.

Não seria hora de a comunidade científica brasileira abandonar o complexo de inferioridade próprio do nosso povo e apostar na capacidade de discernimento sem permanecer submissa a supostos valores que a tornará respeitada no mundo?

Essas considerações refletem preocupações com um aspecto atual importante para o futuro da pesquisa. O produto final da pós-graduação é a produção intelectual e a formação docente. Os programas de pós-graduação, na formação docente, devem estimular a criatividade, aprimorar o senso crítico e capacitar o docente a tornar-se um polo gerador de conhecimentos. Essa produção, por sua vez, é sinônimo de publicação em revistas de qualidade.

REFERÊNCIAS

BARBALHO, Célia Regina. **Periódico Científico: parâmetros para avaliação de qualidade**. In: Ferreira, Sueli S. P.; TARGINO, Maria das Graças. Preparação de revistas científicas: teoria e prática. São Paulo: Reichmann & Autores, 2005, p. 123-158.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

BARROS, Clóvis de Barros. **“A sociologia de Pierre Bourdieu e o campo da comunicação”: Uma proposta de investigação teórica sobre a obra de Pierre Bourdieu e suas ligações conceituais e metodológicas com o campo da comunicação**. Tese de doutorado, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BIOJONE, Mariana Rocha. **Os periódicos científicos na comunicação da ciência**. São Paulo: Educ/FAPESP, 2003.

BOLSHAW, Marcelo. **Recepção de narrativas mediadas e consumo de bens simbólicos. Cultura Midiática. Revista de Pós-graduação da Universidade Federal da Paraíba, UFPB**. Ano VII, n. 13 - jul-dez/2014 - ISSN 1983-5930.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Coleção Estudos 20. 6a edição. São Paulo, Editora Perspectiva: 2009.

_____. **As regras da Arte**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

_____. **O campo científico**. In: ORTIZ, Renato (Org.) Pierre Bourdieu. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1989.

BRAGA, José Luiz. **Para começar um projeto de pesquisa**. Revista Comunicação & Educação. Ano X, Número 3. set/dez 2005, pp. 288-296.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Tradução de Maurício Santana Dias. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005. CAPES. **História do Programa Nacional de Pós-graduação**. Brasília, 1975-1982. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/images/stories/download/editais/I_

PNPG.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2017.

CAPES. **Qualis Periódicos**. 2010. Disponível em:

<<http://www.capes.gov.br/avaliacao/qualis>>. Acesso em: 30 mai. de 2017.

CARVALHO, Eric de. **A vingança dos nerds: ritos performáticos como dinâmica social de culto a produtos midiáticos**. In: BARROS, Laan Mendes (Org.). Discursos Midiáticos: representações e apropriações culturais. São Bernardo do Campo: Metodista, 2011.

CASTRO, Gisela G. S.; ROCHA, Rose de Melo. **Consumindo o entretenimento: dimensões comunicacionais de um processo sócio-cultural**. In: 18ª Compós, 2009, Belo Horizonte. Anais do 18º Encontro Anual da Compós, 2009.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

CASTRO, Regina Célia.; FERREIRA, Maria Cecília Gonzaga.; VIDILI, Ana Lúcia. **Periódicos latino-americanos: avaliação das características formais e sua relação com a qualidade científica**. Ciência da Informação, v. 25, N. 3, 1996.

FERREIRA, S. M. S. P. **Fator de impacto da produção científica da área de ciências da comunicação: um longo caminho a ser percorrido**. In: Pinho, J.B., ed. Comunicação brasileira no século XXI – Intercom: ação, reflexão. São Paulo: Intercom, 2007. p. 125-153. (Coleção Verde-amarela, vol.2 – A clava forte).

GARVEY, William D., GRIFFITH, Belver C. **Communication and information process within scientific disciplines, empirical findings for psychology**. In: GARVEY, William D. Communication: the essence of science; facilitating information among librarians, scientists, engineers and students. Oxford: Pergamon, 1979. 332p. Appendix A, p.127-147. Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/view>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; GOLIN, Cida. **Periódicos científicos e a visibilidade da ciência na web: estudo de caso na UFRGS**. DataGramaZero, v. 8, n. 3, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.datagramazero.org.br>>. Acesso em: 01 mai. 2016.

KRZYZANOWSKI, Rosaly Fávero; FERREIRA, Maria Cecília Gonzaga. **Avaliação de Periódicos Científicos e Técnicos Brasileiros**. Ciência da Informação, v. 27, n. 2, p. 165-175, maio/ago. 1998. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/357/318>>. Acesso em: 30 mai. 2010.

MACIAS-CHAPULA, Cesar A. **"O Papel da Informetria e da Cienciometria e Sua Perspectiva Nacional e Internacional"**, In: Ciência da Informação, 27(2), 1998, pp. 134-40.

MEADOWS, Arthur Jack. **A Comunicação Científica**. Tradução: Antonio Agenor Briquet de Lemos. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

PACKER, Abel Laerte; MENEZHINI, Rogério. **Visibilidade da produção científica**. In:

Poblacion, Dinah Aguiar (org). Comunicação & produção científica: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006. p.237-259.

ROMANCINI, Richard. **Periódicos brasileiros em Comunicação: histórico e análise preliminar**. ECA/USP2, v. 18, n. 39. Disponível em: <<http://www.unisinos.br/comunicacao/revistas/versoereverso/include>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

STUMPF, Ida Regina Chitto – “**Periódicos científicos**”. Documentos ABEBD. [Em linha]. Porto Alegre: Associação Brasileira de Ensino em Biblioteconomia e Documentação, 8 (1998) 3-15. [Consult. a 11.12.2007]. Disponível em: <<http://www.abecin.org.br/portal/abecin/documentos/repositorio/DocumentosABEBD8.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2018.

SCHWARTZMAN, Simon. **A política brasileira de publicações científicas e técnicas: reflexões**. Revista Brasileira de Tecnologia. 15 (3):25 – 32, maio/jun., 1984.

SILVERTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 1999.

TARGINO, Maria das Graças. **Comunicação científica na sociedade tecnológica: periódicos eletrônicos em discussão**. In: Comunicação & Sociedade, São Paulo, n.31, 1999.

VELOSO, Elem Cristina L. M.; NASCIMENTO, Genoveva Batista do. **Uso do periódico eletrônico biblionline pelos alunos pré-concluintes do curso de biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba do período 2011.2**. Biblionline, João Pessoa, v. 6, n. esp., 2011. Disponível em:<<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/14195>>. Acesso em: 15 set. 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista com professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia – PPGEM/UFRN

ENTREVISTA 1

P: O que é a CAPES?

R: A CAPES é a Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior, é o órgão do Ministério da Educação responsável pelo reconhecimento e a avaliação de cursos de pós-graduação stricto-sensu (mestrado profissional, mestrado acadêmico e doutorado) em âmbito nacional.

P: O que é e como funciona a classificação QUALIS?

R: O Qualis é um sistema de classificação de periódicos nacionais e internacionais que representam a produção intelectual dos programas de pós-graduação brasileiros de todas as áreas do conhecimento.

P: Onde está o Qualis?

R: Esse sistema, que tinha sua própria plataforma, agora se encontra na Plataforma Sucupira, que integra diversos sistemas e funcionalidades oferecidos pelo Ministério da Educação (MEC), incluindo a CAPES.

P: Como é essa classificação?

R: O Qualis disponibiliza uma lista com a classificação de diversos periódicos científicos em estratos A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C, sendo A1 atribuído como nível mais elevado e C como nível mais baixo. Essa classificação contribui para a verificação da qualidade dos artigos e de outros conteúdos divulgados nos periódicos que passaram por avaliação. É importante enfatizar que os periódicos são avaliados dentro de cada área do conhecimento

relativa ao escopo da publicação em questão.

P: Como está a pesquisa em comunicação no Brasil?

R: Temos uma vasta produção de pesquisa em comunicação no Brasil, todavia há uma tendência de concentração de trabalhos na área nas regiões Sul e Sudeste em detrimento das outras regiões do país.

P: Qual sua visão sobre as pesquisas nacionais?

R: A pesquisa brasileira, apesar de todas as dificuldades o Brasil foi capaz de criar um parque científico e tecnológico importante, caracterizado por formar parcela significativa de seus pesquisadores dentro das próprias fronteiras, financiar com seus próprios recursos parcela não desprezível de sua produção e absorver, de modo expressivo, os pesquisadores formados no exterior, em comparação a países com situações econômicas semelhantes às nossas. Mas há uma tendência de desvalorização da produção diante das novas regras internacionais.

P: Podemos chamar isso de colonização? Quais são as consequências?

R: As consequências decorrentes dessa postura colonizada será o enfraquecimento das revistas nacionais. Os periódicos científicos, assim como, os congressos, seminários e reuniões científicas desempenham um papel crucial na criação da comunidade de interesses. A perda de expressão dos periódicos nacionais, construídos a duras penas deixará um vazio difícil de preencher na atividade científica brasileira.

APÊNDICE B – Entrevista com professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia – PPGEM/UFRN

ENTREVISTA 2

P: Como é o processo de avaliação da CAPES?

R: O processo de avaliação de cursos de pós-graduação realizado pela CAPES é contínuo. O curso em funcionamento deve ser avaliado atualmente a cada quatro anos, a fim de verificar se as metas propostas no projeto inicial foram plenamente atingidas no âmbito do Programa. Caso contrário, o programa pode ser descredenciado. Os cursos de pós-graduação são avaliados com conceitos que variam e que levam em consideração a produção científica do corpo docente e discente, a estrutura curricular do curso, a infraestrutura de pesquisa da instituição, dentre outros fatores.

P: Quem avalia?

R: A avaliação dos cursos na CAPES é desenvolvida pelos comitês de área, formados por consultores acadêmicos escolhidos dentre profissionais de comprovada competência em pesquisa e ensino de pós-graduação. Os comitês de área também são responsáveis pelo estabelecimento de critérios e diretrizes para essa avaliação, que são divulgados em documentos das respectivas áreas dos comitês. Compete ainda aos comitês de área a qualificação de periódicos, anais, jornais e revistas (QUALIS) em cada área de pesquisa.

P: Existe concentração nos financiamentos das pesquisas?

R: Sim, há o que podemos chamar de colonialismo acadêmico, uma tendência de concentração nas regiões Sul e Sudeste. A evolução científica e tecnológica conduz as estruturas econômicas, políticas, sociais e administrativas dos povos. Nos tempos atuais, o pior colonialismo é o colonialismo científico e cultural, pois é dele que nasce a dependência econômica e política.

P: A internacionalização é um problema?

R: Pode ser para a pesquisa estratégica, comprometida imediatamente com a solução de problemas, alguns dos quais próprios do nosso país ou mesmo de conjunto de países em condições semelhantes, esta é uma questão crucial. Ao valorizar, quase que exclusivamente a produção destinada ao mercado internacional a ciência brasileira corre o sério risco de direcionar seus esforços apenas para a solução de problemas dos outros. Para um país com poucos recursos destinados a pesquisa, o direcionamento das investigações para prioridades externas é visto como negativo.

ANEXOS

ANEXO 1 – Edição Número 1 da Revista *Comunicação, Mídia e Consumo*

Editores-chefes: Denise Cogo, Vander Casaqui

Bolsista PPGCOM-ESPM: Hadriel Theodoro, Marcelo Andrade

Assessoria Editorial: E-papers Serviços Editoriais Ltda.

Revisão: Rodrigo R. Carmo (português)

Tradução: Fabiana Ribeiro do Nascimento

Capa: Cláudia Xavier

e-ISSN 1983-7070

Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM

Profa. Dra. Tânia Marcia Hoff

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil

Prof. Dr. João Luis Anzanello Carraschoza

Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil

CATALOGAÇÃO NA FONTE

Comunicação, Mídia e Consumo / Escola Superior de Propaganda e
Marketing, Ano 1, v. 1, n. 1 (maio 2004) – São Paulo: USPM, 2017 –

Ano 15, v. 15, n. 42 (jan./abr. 2018)

Quadrimestral

ISSN 1983-7070 online

Acesso em: <http://revistacmc.espm.br>

1. Comunicação – Periódico. 2. Mídia. 3. Consumo. I. Escola Superior de
Propaganda e Marketing. II. Programa de Pós-Graduação em Comunicação
e Práticas de Consumo.

CDU – 659.1

ESPM

Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 Vila Mariana São Paulo SP Brasil

telefone: 55 11 5085-6663

revistacmc@espm.br

ANEXO 2 – Sumário da Edição número 1 da Revista *Comunicação, Mídia e Consumo*

Sumário

- 10** A fotografia como prática conversacional de dados. Espacialização e sociabilidade digital no uso do Instagram em praças e parques na cidade de Salvador

Photography as conversational data practice. Spatialization and digital sociability in the use of Instagram in squares and parks in the city of Salvador

André Lemos

Leonardo Pastor

- 34** Entre umas e outras: tempo, sociabilidade e música popular em bares da cidade

In between drinks: time, sociability and popular music at city bars

Pedro Silva Marra

Luiz Henrique Assis Garcia

- 54** *Cultura pop e performance*: jogos identitários nos eventos de animê

Pop culture and performance: identity games at anime conventions

Cíntia Sanmartin Fernandes

Paula Rozenberg Travancas

- 76** Sujeito, mídia e “consumo de experiência” nas celebridades juvenis: afetos e proximidade na relação da escritora Paula Pimenta com suas fãs

Subject, media and “consumption of experience” in celebrities to youth audience: Affections and proximity in the relationship between the writer Paula Pimenta and her fans

Marcella Azevedo

Cláudia Pereira

Carla Barros

- 97** Os super-heróis também envelhecem? Corpos e masculinidades nos desenhos animados

The superheroes also get older? Bodies and masculinities in cartoons

Rosângela Fachel de Medeiros

Rosana Fachel de Medeiros

- 118** O culturalismo conservador em *Narcos*

The conservative culturalism in *Narcos*

Marcio Serelle

- 138** A construção social da autoria de filmes publicitários

The social construction of authorship of advertising films

Tatiana Güenaga Aneas

- 156** Ciência em narrativas publicitárias: estratégias na TV aberta

Science in advertising narratives: strategies in free-to-air TV

Maria Ataíde Malcher

Weverton Raiol

- 182** Linguagem, consumo e felicidade: discurso jornalístico e ambivalência

Language, consumption, and happiness: journalistic discourse and ambivalence

Marcelo Pereira da Silva

Ana Maria Dantas de Maio

Beatriz Braga Bezerra

RESENHA

- 204** The happiness industry: how the government and big business sold us well-being

Beatriz Braga Bezerra
